

# **TALENT**



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

Publicación Semestral  
Vol 4, Nro 1  
Enero - Junio 2024  
Depósito Legal CA2022000052





# **TALENT**



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

Publicación Semestral  
Vol 4, Nro 1 Enero - Junio 2024  
Depósito Legal CA2022000052

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

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

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

© Dirección de Investigación y Producción Intelectual DIPI

Coordinación General  
Profa. Dra. Karla Torres

Coordinación de la Comisión de Arbitraje

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

Comité Editorial  
Profa. Dra. Paola Lamenta  
Profa. Dra. Ana Belmonte  
Prof. Raúl Núñez

Diseño  
Stefania Poggoli

Montaje  
Evy Leandro Rodríguez

Depósito Legal N° CA2022000052







**Jessy Divo de Romero**  
Rectora

**Ulises Rojas**  
Vicerrector Académico

**José Ángel Ferreira**  
Vicerrector Administrativo

**Pablo Aure**  
Secretario



**Dr. Benito Hamidian**  
Decano

**Dra. Neyda Ibañez**  
Directora de la DIPI, Campus Bárbula

**Dr. Felipe Cabeza**  
Director de la DIPI, Campus La Morita

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

**Profa. María Esperanza Méndez**  
Directora de la Escuela de ACCP, Campus La Morita

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

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

**Profa. Ana Belmonte**  
Director de la Escuela de Economía

**Prof. Pavel Oropeza**  
Directora de Ciclo Básico, Campus Bárbula

**Profa Lusmir Bolívar**  
Directora de Ciclo Básico, La Morita

**Dra. Neirys Soto**  
Director del INFACES

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

**Dra. Annelin Díaz**  
Director de Postgrado, Campus La Morita

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

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

**Profa. Maricarmen Ravelo**  
Directora de Docencia y Desarrollo Curricular

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

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

**Profa. Karla Padrón**  
Directora de Asuntos Estudiantiles, Campus Bárbula

**Profa. Exira Báez**  
Directora de Asuntos Estudiantiles, Campus La Morita

**Dr. Francisco Gelanzé**  
Director de Tecnología de Información y Comunicación, Campus Bárbula

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

**Profa. Fanny Nouel**  
Director de Biblioteca, Campus Bárbula

**Profa. Greymer Martínez**  
Directora de Biblioteca, Campus La Morita

**Profa. Gladys Arocha**  
Asesora de Postgrado, Campus Bárbula

**Profa. Yoysee Leal**  
Asesora de Postgrado, Campus La Morita

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

**Prof. Douglas Vásquez**  
Director de Administración Sectorial, Campus La Morita

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

**Prof. Hector Martínez**  
Asistente al Decano en Asuntos Académicos y Administrativos, Campus Barbula

**Dra. Karla Torres**  
Asesora del Decano, Campus Bárbula

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

**Profa. Thania Oberto**  
Coordinadora de Secretaría del Consejo de Facultad

## PRESENTACIÓN

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

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

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

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

Benito Hamidian

Decano

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales



## ÍNDICE

Importancia del análisis e interpretación contable, en la labor del analista contable. Jennifer Perdomo .....	09
Importancia de la programación neurolingüística, en la captación y selección del talento humano en Venezuela. Werner Rodríguez .....	22
La contabilidad en la era digital. Yut Castro, Gerardo Hilewski y Thea Sichini .....	34
Gerencia del talento humano y los riesgos psicosociales enfrentados post pandemia. Erinis Cortez .....	50
El mercado de valores venezolano como una alternativa de inversión financiera. María Machado y Daniel Máltese .....	63
Administración del capital humano y su influencia en la facultad innovadora empresarial. Angeles Brea, Keiner Lara y Yendrimar Hidalgo .....	79
La óptica de la auditoría desde la modalidad digital en época postpandemia Robert Solórzano, Edeirec Izaguirre y Juan Bolívar .....	92
Fluctuación del dólar en Venezuela y su impacto en las empresas comerciales Luis Corrales, María Rojas y Jorge Latouche .....	106
La influencia de los tokens criptográficos en la contabilidad financiera de las pymes en Venezuela Ashly Martínez, Elí Regalado y José Medina .....	119
La gestión administrativa y su influencia para la eficacia de los procesos en una organización. Yotsibeth Galvis .....	134
Los avances tecnológicos en los sistemas contables y su implementación en las entidades en Venezuela. Andrea García, Lilibeth Benaventa y Xiomara Contreras .....	146
Startups: el nuevo mercado laboral en Venezuela. Paola Graterol y Luis Herrera .....	159
Repercusión de las remesas internacionales en la economía de Venezuela. Alexander Aguiar y Daniel Pérez.....	172

Readaptación de la economía primitiva y sus incidencias en la sociedad y sistema económico actual. Jesús Figueredo .....	187
Inteligencia Artificial: Un nuevo rumbo para el marketing digital en las pymes. Paola Rangel y Wladimar Ramos. ....	202
Branding: una nueva alternativa para el crecimiento de las empresas venezolanas. Erwin González, Lorenza Ojeda y Yenifer Centeno .....	217
Influencia del informe ambiental, social y gobernanza en la toma de decisiones empresariales. María Pereira y Christopher Pérez .....	231
Comercio de stablecoins como alternativa de intercambio para contrarrestar los efectos de la inflación venezolana. Víctor Méndez y Mariangel Méndez .....	245
I+D: Un Camino para el Crecimiento Económico Stephanie España .....	260
El comercio electrónico: una mirada desde el sistema tributario venezolano Marianny Castillo, Mary Molina y Lisbeth Rodríguez .....	277
Importancia de la eficacia de los controles operativos internos para las organizaciones. Andrilexis Ochoa.....	290
Rol de la inteligencia artificial en el marketing de social media. Luis Romero, Jesús Corrales y Francis Blanco .....	302
Develar los aspectos técnicos de la criptomoneda dentro de la economía de Venezuela. Francisco Dias .....	318
La inteligencia artificial como herramienta en el ejercicio profesional de la contaduría pública. Adelaida Pirona y Ángel Henríquez .....	332
La comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal. Esther Marquina .....	345





**FACES**



## **THE IMPORTANCE OF ACCOUNTING ANALYSIS AND INTERPRETATION IN THE WORK OF THE ACCOUNTING ANALYST**

Jennifer Perdomo

### **SUMMARY**

The purpose of this study was to explain the importance of the analysis and interpretation of accounting in the functions of the analyst in the public accounting profession. Is the accounting analyst prepared for competitiveness and the resolution of difficulties in the entity? It is worth emphasizing that Each entity has its own way of carrying out its accounting records in accordance with standards, the important thing is to reach the same point with excellence, congruence and ethics, it is appropriate to remember that some areas depend directly and indirectly on our analyzes for decision making, so A review is made of some background of financial instruments, their concepts and the different theories proposed by various authors. On the other hand, this research is documentary type, explanatory level and the research design is documentary. Therefore, the profile of the accounting analyst, the management of information systems, and the financial statements are also studied; as well as the branches that influence the good management of information in order to provide clarity in organizations for decision making and finally it is necessary to address a little about the importance of managing the Excel tool, since it has users who will require reports but who also find it necessary to understand in words what the accounting analyst transcribes and reads in numbers. Currently, information and knowledge are of vital importance for the acquisition of professional experience. Keywords: Financial instruments, accounting analyst, financial statements, information systems, IFRS standards.

## **IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN CONTABLE, EN LA LABOR DEL ANALISTA CONTABLE**

### **RESUMEN**

Este estudio tuvo como finalidad explicar la importancia que tiene el análisis e interpretación de la contabilidad en las funciones del analista de la profesión contaduría pública, ¿Está el analista contable preparado para la competitividad y la resolución de dificultades en la entidad?, vale recalcar que cada entidad posee su forma de realizar sus registros contables conforme a normas, lo importante es llegar al mismo punto con excelencia, congruencia y ética, es oportuno recordar que algunas áreas dependen directa e indirectamente de nuestros análisis para la toma de decisiones, por lo que se hace una revisión de algunos antecedentes de los instrumentos financieros, sus conceptos y las diferentes teorías propuestas por diversos autores. Por otra parte, esta investigación es de tipo documental, nivel explicativo y el diseño de investigación es documental. Por lo que, se abordó de forma breve el perfil del analista contable, el manejo de los sistemas de información, también se estudian los estados financieros; así como las ramas que influyen en el

buen manejo de la información con la finalidad de brindar claridad en las organizaciones para la toma de decisiones y por último se hace preciso abordar un poco acerca de la importancia del manejo de la herramienta Excel, ya que se cuenta con usuarios que requerirán de informes pero que también se les hace necesario comprender en palabras lo que el analista contable transcribe y lee en números, en la actualidad, la información y el conocimiento son de vital importancia para la adquisición de la experiencia profesional.

Palabras clave: Instrumentos financieros, analista contable, estados financieros, sistemas de información, normas NIIF.

### **Introducción**

En el transcurso de los años de la carrera de contaduría pública nos desempeñamos en otras áreas relacionadas a nuestra profesión, mientras obtenemos el título que nos avala en la licenciatura de Contador Público para poder desempeñarnos en las diversas áreas a ejercer o especializarnos en una en específico; sin embargo, el cargo como analista contable juega un papel de suma importancia en el enriquecimiento de nuestra carrera, ya que este cargo, interpreta, registra e informa hechos económicos, dirigido a entes internos y externos, con la finalidad de que se puedan tomar decisiones de manera individual (departamentos) o corporativas (dueño de empresa).

Eventualmente, cuando eres contratado por una empresa, bien sea nacional o transnacional, pasamos por

un proceso de entrenamiento el cual es necesario para conocer el funcionamiento de la entidad, la clasificación de las cuentas que se manejan y en función de ello llegar al punto más importante que todos pero absolutamente todos quieren saber, ¿A dónde se está yendo el dinero?, ¿Cuáles herramientas ofreces para mejorar los errores?, los dueños de empresa creen que tenemos una solución inmediata para resolver el problema, pero ciertamente para encontrar las causas debemos efectuar un análisis financiero acompañado de una auditoría independiente previa de los registros contables para verificar el correcto movimientos de los recursos financieros y por medio de ese análisis se aportarán sugerencias que permitirán corregir los errores u omisiones en las transacciones y registros contables.



### ***El análisis contable***

La planificación es indispensable para el desarrollo y funcionamiento de nuestras actividades, ya que nos permite visualizar donde estamos, evaluar las metas que se quieren lograr (misión) y centrarnos adónde queremos llegar (visión), en función a los objetivos de la compañía. Vale acotar que nuestra profesión nos entrelaza con otros departamentos, por lo que debemos tener conocimiento de cada uno, de manera que al momento de dar una respuesta podamos ser objetivos, sabios, precisos así como determinados, para evitar que una información errada le pueda causar problemas a la compañía y generar dudas en cuanto a nuestra capacidad.

En contexto, Jesús Silva (2011) “expresa que en el mundo de los negocios, la contabilidad es considerada como un valioso sistema de información cuya función principal consiste en acumular, procesar y comunicar datos relacionados con las variaciones de los valores y resultados económicos obtenidos”.

Según Laura Valverde (2014:35), “la contabilización de los documentos generados por las operaciones de las organizaciones, debe ser capaz de mantener el equilibrio establecidos en la ecuación del patrimonio”. Esto permite que los directivos puedan tomar decisiones concretas partiendo de los resultados económicos obtenidos, es por ello que el papel que juega un analista contable es de suma importancia para los contadores públicos y la entidad, ya que la información que se procesa mes tras mes permite a los profesionales de la contaduría pública, resumir dicha información a través de un sistema que permita demostrar la si la empresa es rentable o genera pérdidas.

El análisis contable permite recabar información de gran utilidad para los diferentes usuarios de la compañía, Juan Aguirre (2005:14), “la contabilidad externa es más rígida, al estar sometida a las normas de derecho mercantil y condicionada por las normas fiscales, mientras que la contabilidad interna es un sistema que debe estar adaptado a la estructura orgánica y actividad específica de cada empresa”, en la primera nos indicará

los compromisos adquiridos con terceros, y la segunda mostrará cómo se manejan los costos en los diferentes departamentos bien sea la empresa de servicio, comercial o de fábrica, ambos tiene una mutua relación comercial con la empresa por ende la contabilidad financiera será necesaria para los usuarios externos y la de gestión solo para directivos y alta gerencia.

A medida que la empresa en marcha genera actividades económicas se hace necesario el registro de las mismas, esto radica en la importancia del análisis contable en la empresa para poder tener el conocimiento de la rentabilidad, la capacidad económica y decisiones que se puedan tomar a tiempo para poder contar con una liquidez necesaria para afrontar las obligaciones y responsabilidades con terceros

Equipo vértice (2011) Señala las etapas del proceso del análisis contable:

1. Manipulación de la información objeto de estudio y elaboración de los cálculos adecuados.

2. Análisis de los datos obtenidos con la ayuda de técnicas como el cálculo de porcentajes y variaciones, la representación gráfica o el cálculo de medidas relativas (ratios).
3. Interpretaciones y comparación de los resultados para obtener conclusiones útiles.
4. Previsiones y propuestas de mejoras de acuerdo con las conclusiones alcanzadas. (p. 12).

De lo anterior, se deduce que el análisis contable consta de diversos estudios y etapas para llegar a una conclusión en la medida de lo posible comparable, fidedigna y además relevante para que la información sea útil al momento de que los socios puedan tomar decisiones importantes de hechos pasados y cumplir con los objetivos que se esperar lograr al futuro. La siguiente definición dado por el autor Muñoz (2019):

El análisis contable es un conjunto de técnicas destinadas a interpretar las variaciones habidas en la composición y cuantía del

patrimonio de la empresa, tanto para conocer el pasado, como para proyectar hacia el futuro unas previsiones que sirvan de guía para la gestión de la misma (p.11)

De manera que el análisis contable es importante en el analista, ya que este aportará información valiosa con la finalidad de indicar las posibles causas de los cambios en el valor de la empresa, así como alertar sobre los riesgos a que se está expuesto, brindar recomendaciones sobre pago de tributos, deudas con terceros e indicar que actividades deban reforzar, es decir si hubo un buen margen de ventas pero los gastos excedieron la rentabilidad o por el contrario se generaron pocas ventas pero los cambios económicos generaron pérdidas cambiarias partiendo de allí los socios podrían tomar decisiones que le permitan continuar en el mercado y suplir las obligaciones internas y externas.

El analista no puede seguir una pauta, normas o reglas exactas, ya que cada empresa cuenta con transacciones económicas muy diferentes a la otra, y allí es donde nace la gran responsabilidad del análisis de las

cuentas al momento del registro y los movimientos que intervengan en cada una de ellas. Es decir, si te contratan en una gran empresa y te asignan una sucursal que está iniciando operaciones, y luego asumes otra sede con registros diarios de años anteriores, compromisos fiscales por pagar se debe revisar los movimientos de las cuenta más importantes de manera que se puedan ir eliminando las limitaciones e incertidumbres que se generan a medida que se va gestionando la contabilidad.

### **Los estados financieros**

Los estado financieros comprende el estado de situación financiera, estado de resultado, estado de patrimonio y flujo del efectivo, estos nos indican la situación de la empresa y el resultado económico de la misma, de acuerdo con Juan Pérez y Carballo (2013:10) “El resultado más relevante de la contabilidad financiera son los denominados estados financieros, que resumen los asientos contables desde el origen de la empresa y se preparan por periodos, en general, mensuales”. Es por ello, que es importante la planificación y mantener los registros



económicos al día con la finalidad de minimizar los errores y poder hacer las correcciones pertinentes, de manera que si alguno de los directivos solicita los estados financieros por gestiones

que está concretando con usuarios externos puedan tenerlos a la mano, el analista debe estar ciento por ciento seguro que ha llevado correctamente el registro diario.

A continuación, se podrá apreciar en la figura 1, algunos tipos de información que el analista contable debe aprender a manejar de manera que pueda facilitar la información a los diferentes usuarios:



[Figura 1]. Información financiera.  
Fuente: Esteban Chong, Quevedo, Chávez y Bravo (2021)

Lo expuesto permite señalar la importancia de la preparación de la información financiera para revelar el rendimiento de la entidad a los diferentes usuarios de la empresa, sería imposible preparar un informe concreto para cada uno de ellos. La niif para pymes 2015 nos indica en la

sección 3, punto 3.19 “Si una entidad no tiene partidas de otro resultado integral en ninguno de los periodos para los que se presentan estados financieros, puede presentar solo un estado de resultados” o un estado del resultado integral en el que la última línea se denomine “resultado”

(p.29), por lo que para el analista esta información es útil y debe ser presentada sin errores, clara y transparente, ya que por medio de la preparación de esta información el auxiliar contable podrá brindar asesoría financiera, colaborar otros profesionales dentro de la compañía como auditores, contadores, analistas fiscales, entre otros para garantizar un trabajo completo, brindar mayor eficiencia y detalle del posible comportamiento a futuro de los resultados económicos obtenidos.

Ciertamente, considero que somos seres humanos y rara vez un analista va a alcanzar la perfección; sin embargo, se deben tomar medidas adecuadas para minimizar los errores y maximizar estas cualidades. Quevedo (2018) dice,

La información presentada en los estados financieros no debe ser analizada de manera individual, el análisis debe ser conjunto, es decir, evaluar de manera integral los cuatro estados financieros básicos y sus notas correspondientes. Esto derivado a que la información financiera

está íntimamente relacionada y la ausencia de alguno de estos estados financieros podría inducir a los usuarios a errores de apreciación y obviamente a toma de decisiones ineficientes. (p 16)

Para nadie es un secreto que cuando pasamos de la vida universitaria al campo laboral nos encontramos con diferentes procesos de registros para ejecutar los movimientos económicos, incluso llegamos a pensar ¿Dónde registro esto?, y cometemos el error de pensar que todos los egresos son gastos, pero allí es donde nace la importancia de relacionarnos con la clasificación de las cuentas en la compañía, y también el hecho de que si se tiene alguna duda es mejor preguntar que cometer el error, porque un error por más pequeños que creamos puede afectar un departamento, la veracidad de un resultado de ejercicio de la empresa.

Por consiguiente, la información financiera siempre será nuestra principal fuente de información, partiendo que cada empresa maneja diferentes sistemas contables y cada una contiene diferente plan de cuenta,

Torres Díaz (2021:24) “El reconocimiento de una transacción es el momento en el cual una actividad que involucra el movimiento de recursos de la entidad debe ser registrada en la contabilidad”.

Es decir, cuando emitimos una orden de compra con una fecha de vencimiento, conforme a lo dispuesto en la NIIF para pymes -2015 sección 2.36

Una entidad elaborará sus estados financieros, excepto en lo relacionado con la información sobre flujos de efectivo, utilizando la base contable de acumulación (o devengo). De acuerdo con la base contable de acumulación o devengo), las partidas se reconocerán como activos, pasivos, patrimonio, ingresos o gastos cuando satisfagan las definiciones y los criterios de reconocimiento para esas partidas (p. 21)

De acuerdo a lo anterior en la sección 2.42 de la niif para pymes del año 2015 define los criterios para los gastos de manera que el compromiso lo adquiero desde el momento en que se recibe la mercancía, ya que el gasto se

considera causado desde el momento en el cual se realiza la operación que lo produce. Entonces, a medida que se va cancelando se registra la deducción de la obligación con terceros y al momento de obtener la factura ya se ha contabilizado la misma independientemente del mes en que se facture, es decir el gastos lo registro porque ya fue causado así no haya obtenido la factura en el momento, y si han pasado meses se registra en el mes que se originó, si es de años anteriores y no fue cerrado el ejercicio se registrará en el mes causado. Esteban Chong (2019:7) “expresa que en cuanto a la información financiera estas deben contener, las cualidades principales que hacen útil la información financiera son su relevancia y representación fiel de lo que se pretende presentar”, ya que al fallar alguna de ellas la información financiera deja de ser fidedigna.

### ***Temporalidad en los registros de los libros de IVA***

El reglamento de IVA en el capítulo II, artículo 70 nos indica lo siguiente:

Los contribuyentes del impuesto además de los



libros exigidos por el Código de Comercio, deberán llevar un Libro de Compras y otro de Ventas. En estos libros se registrarán cronológicamente y sin atrasos las informaciones relativas a sus operaciones en el mercado interno, importaciones y exportaciones, documentadas mediante facturas emitidas y recibidas, documentos equivalentes de venta de bienes y servicios, así como, las notas de débito y de crédito modificatorias de las facturas originalmente emitidas y otros comprobantes y documentos por los que se comprueben las ventas o prestaciones de servicios y las adquisiciones de bienes o recepción de servicios (p. 21)

Así mismo en el código orgánico tributario en el capítulo IV, artículo 32, establece lo siguiente:

El impuesto causado a favor de la República, en los términos de esta Ley, será determinado por períodos de imposición de un mes calendario, de la siguiente forma: al monto de los débitos

fiscales, debidamente ajustados si fuere el caso, que legalmente corresponda al contribuyente por las operaciones gravadas correspondientes al respectivo período de imposición, se deducirá o restará el monto de los créditos fiscales, a cuya deducibilidad o sustracción tenga derecho el mismo contribuyente, según lo previsto en esta Ley. El resultado será la cuota del impuesto a pagar correspondiente a ese período de imposición. (p.68)

De lo expresado anteriormente, el Fisco Nacional indica que los libros se registrarán cronológicamente y sin atrasos las informaciones indicadas en el artículo 70 señalado anteriormente, ahora bien, podría surgir la duda ¿Qué hacer cuando se reciben facturas emitidas en meses anteriores a la fecha que se está declarando?, sin ningún problema puedo añadirlas en orden de fechas al principio o al final del libro de compra o venta según sea el caso, siempre y cuando se mantengan el orden cronológico del mes que se va a declarar y que dicho documento no hayan pasado 12 meses desde el momento en que se originó la compra.

Vale acotar que a pesar de ser el impuesto al valor agregado (IVA) crédito fiscal un activo no es un instrumento financiero, ya que de acuerdo a las normas y plan de cuenta esta obligación entra en un activo no financiero.

En relación con lo antes expresado, los sistemas de información juegan un papel de suma importancia en nuestro día a día, además que el adquirir experiencia en los diferentes sistemas contables le genera a un analista mayor competitividad en el campo laboral, algunos analistas se casan con un sistema, pero surge la duda ¿Y si deseas independizarte?, y el cliente ya tiene su sistema ¿podrías adaptarte a su sistema o el cliente debe adaptarse al que tu manejas?, en este punto es importante para el analista ser sincero con el directivo, de manera que este pueda optar a enviarle a una capacitación, buscar otra persona o el analista adecuarse al sistema.

Más aún, que la tecnología avanza cada día y no podemos dejar escapar que podría llegar el momento en que todas las operaciones se procesen de manera automática, ¿estaremos

preparados para enfrentarlo?, solemos decir el sistema lo hace todo , y cuando encontramos un error, entonces es el sistema que no sirve, pero ¿Quién maneja el sistema?, por ello es importante aprender a operar los sistemas, sus módulos y formas de generar las transacciones, además de apoyarnos en otras herramientas para poder comparar, que no confiemos automáticamente en el resultado de una depreciación, sino que al ver el monto podamos visualizar el error y no cuando se haya emitido los estados financieros y las declaraciones.

Por otra parte, existe una herramienta llamada Excel sumamente potente, los analistas suelen verlo como una hoja simple de cálculo, pero ¿sabías que en Excel puedes elaborar un sistema casi automático?, que solo vacíes algunos datos y te genere toda la información que requieres. Pero olvidémonos de por un momento de ellos y vayamos al principio, como mencionamos en posteriores ocasiones el ejecutivo siempre requerirá que un analista contable, le permita he indique donde están las fallas y esto lo podemos incluso corroborar nosotros mismos con resúmenes de gastos, de ventas,

análisis del estado de flujo de efectivo, las cuentas por pagar y cobrar, a través de un cuadro bastante puntual, específico y fácil de interpretar.

Sin embargo, sabemos que a pesar de cambiar la forma en como plasmamos los número hay personas que entenderlos les cuesta un poco más, por ello Excel cuenta con la herramienta de las gráficas, en ellas podemos englobar toda la información y mostrar los puntos de tendencia a mejorar, incluso para nosotros mismos esta herramienta nos va a permitir si lo que hemos venido observando es lo correcto o si existe otra área a mejora, además todos los sistemas nos permiten descargar en formato de Excel archivos en los cuales podemos añadir dichas herramientas, debemos siempre pensar ¿De qué manera le puedo hacer ver a la gerencia los puntos importantes?, esta sistema de Excel nos ayudará a brindar siempre un plus a nuestro desempeño.

### **Reflexiones**

Con el presente estudio procuramos comprender la realidad a la que nos enfrentamos en nuestra jornada laboral bien sea bajo dependiente o de forma

independiente, por ello nace la necesidad de explicar la importancia del análisis e interpretación contable, en la labor del analista contable, por lo que a continuación, señalo algunos puntos:

- I. Capacitarnos siempre, un médico y/o abogado, siempre necesita estar en constante aprendizaje para poder atender a sus pacientes, nosotros también requerimos estar en la misma línea, congruencia de la información y avances tecnológicos que puedan facilitar nuestras tareas.
- II. Ante una duda siempre preguntar y comparar la información tanto interna como externa.
- III. Se debe siempre al tomar la contabilidad de una empresa, realizar una auditoría para evaluar los ajustes a emplear y lo que está pendiente por registrar.
- IV. Usar las herramientas que tenemos a la mano para facilitar la información, de manera que esto ayuda a la toma de decisiones en la empresa.

- V. Los estados financieros siempre nos van a indicar la rentabilidad que tiene la empresa para futuras inversiones y seguir operando.
- VI. Se recomienda al analista depurar toda la información, comparar con los documentos en físico, revisar que dichos documentos cumplan con las normas legales, por ejemplo las exigidas por el SENIAT

En consecuencia, para ir finalizando, amar lo que haces, como analista contable debemos prepararnos cada día, ser observadores, tener ética, congruencia, analizar y si nos cuesta pues pedir una opinión a un colega, la información que facilitamos a los ejecutivos es para conocer primero que nada la realidad de la empresa, y como podemos mejorar en base a los objetivos de la compañía, no es para juzgar el trabajo de quien nos antecedió, ni mucho menos querer destacarnos, somos una herramienta de gestión e información que le facilita el trabajo y la toma de decisiones a los directivos.

Del mismo modo, extendiendo un agradecimiento a la profesora Paola Lamenta por los conocimientos suministrados, a mi madre por su apoyo, consejo y compañía, también a mi alma mater por brindarme la oportunidad de plasmar mis conocimientos, experiencias e ideas en este artículo y por último pero no menos importante te agradezco por el tiempo de leerlo y deseo sea enriquecedor.

### Referencias

Reglamento general del decreto con fuerza y rango de ley que establece el impuesto al valor agregado. Decreto N° 206 Caracas, 9 de julio de 1999. Consulta: 2023, Agosto.

Aguirre Ormaechea, Juan (2005) Auditoría y control interno. Editorial mmvi, España.

Silva, Jesús (2007) Fundamentos de contabilidad I. Ediciones co-bo, Venezuela.

Silva, Jesús (2011) Fundamentos de contabilidad II. Ediciones co-bo, Venezuela.

Equipo vértice (2011) Analista contable (Dirección y gestión de empresa). Publicaciones vértices S.L, España

Juan Pérez, Carballo (2013) La contabilidad y los estados financieros. Editorial Esic. Libro en línea. Consulta: 2023, Agosto 20.



Valverde Nortes, Laura (2014) Simulador contable. Editorial Valverde Nortes, Laura, Venezuela

Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades Norma NIIF para las pymes parte A los requerimientos, español 2015. Editorial 2016 Fundación IFRS

Chong, Quevedo, Chávez, Martha y Bravo, Miguel (2019). Contabilidad financiera intermedia. Fondo Editorial Universidad del pacifico. Libro en línea. Consulta: 2023, Marzo 15.

Torres Díaz, Patricia (2021) Instrumentos financieros básicos. Ediciones de la U. Libro en línea. Consulta: 2023, Marzo 16.

Muñoz, Javier (2019). Analista contable. Editorial Elearning S.L. Libro en línea. Consulta: 2023, Marzo 15.

República Bolivariana De Venezuela asamblea nacional constituyente Código Orgánico Tributario, año cxlvii - mes iv; Caracas, miércoles 29 de enero de 2020 N° 6.507 Extraordinario. Consulta: 2023, Agosto 25

## **IMPORTANCE OF NEUROLINGUISTIC PROGRAMMING IN HUMAN TALENT RECRUITMENT AND SELECTION IN VENEZUELA**

Werner Manuel Rodríguez Castillo

### **Summary**

The objective of the article is to describe the importance of neurolinguistic programming and its impact on the recruitment and selection of human talent. Through a descriptive investigation and through three parts, the following purposes are presented: First, the variables of neurolinguistic programming, recruitment and selection of personnel are analyzed separately, to understand the panorama shown to industrial relations in the area. labor of Venezuela. Second, the relationship that exists between neurolinguistic programming, recruitment and selection of personnel is highlighted in order to give a new context to the new stages of development in the area of human resources. Third, the contributions of neurolinguistic programming in the advancement of recruitment and selection of personnel in the work environment are highlighted. Therefore, we conclude by emphasizing the importance of industrial relations as a tool for the development of labor effectiveness. Keywords: Recruitment, Selection, human talent, programming, industrial relations

## **IMPORTANCIA DE LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA, EN LA CAPTACIÓN Y SELECCIÓN DEL TALENTO HUMANO EN VENEZUELA**

### **Resumen**

El objetivo del artículo es describir la importancia de la programación neurolingüística y su impacto en la captación y selección de talento humano. Mediante una investigación descriptiva y a través de tres partes, se presentan los siguientes propósitos: Primero, se analizan las variables de programación neurolingüística, captación y selección de personal por separado, para dar a entender el panorama que se muestran a las relaciones industriales en el área laboral de Venezuela. Segundo, se resalta la relación que existe entre la programación neurolingüística, la captación y la selección de personal para así dar un nuevo contexto a las nuevas etapas de desarrollo en el área de recursos humanos. Tercero, se destacan los aportes de la programación neurolingüística en el avance de la captación y selección de personal sobre el entorno laboral. Para así, concluir haciendo énfasis en la importancia de las relaciones industriales como una herramienta para el desarrollo de la efectividad laboral.

**Palabras clave:** Reclutamiento, Selección, talento humano, programación, relaciones industriales.

## **INTRODUCCIÓN**

Al inicio de década de 1940 hasta 1980 en Venezuela comenzaron a presentarse los profesionales universitarios especializados en el área de Relaciones Industriales, talento humano y recursos humanos, los cuales presentaron un importante precedente en el desarrollo de la tecnificación del reclutamiento y selección del personal, por medio de la aplicación de nuevas pruebas psicotécnicas que hacían énfasis en la motivación y satisfacción de los trabajadores en su entorno laboral.

De esta manera, se presenta la utilización de la Programación Neurolingüística como conjunto de métodos y técnicas destinadas a ser aplicadas en la vida cotidiana para obtener, metas profesionales y personales a corto plazo que mejoran la calidad de vida y la forma de comprender cómo se desarrollan los individuos en su entorno.

Por ello, la Programación Neurolingüística juega un papel importante en el desarrollo de las actividades del reclutamiento y selección del talento humano, ya que

trabajan en conjunto para fomentar el desenvolvimiento de los individuos en su entorno laboral y de esta manera se pueden obtener resultados acordes al crecimiento exponencial de nuevas metas individuales de un trabajador.

## **PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA**

Los seres humanos a lo largo del tiempo se han dispuesto a crear distintas acepciones que agrupan ciertas características en concreto sobre el comportamiento de las personas, lo que, a su vez, ha dado lugar a la creación de subgrupos que varían dependiendo de las actividades que allí se desarrollan es por ello que se destaca la programación neurolingüística como un método del desarrollo psicológico de las personas.

El líder, para ejercer exitosamente el liderazgo dentro de un ambiente laboral, debe ejecutar acciones indispensables para enfrentar complejas situaciones que deben ser atendidos dentro de su entorno laboral, la Programación Neurolingüística, le permita definir la dinámica en que han de desarrollarse en las relaciones laborales de la organización y de

resolver los conflictos que se presente en ella y lograr sus objetivos.

El concepto de programación neurolingüística (PNL) se refiere a una herramienta de trabajo para toda persona que trabaje con o para las personas. Es una serie de técnicas destinadas a analizar, codificar y modificar conductas, a través del estudio del lenguaje tanto verbal, como corporal y gestual. Según Bavister & Vickers (2005) se refiere que:

La PNL es un modelo de comunicación que se enfoca en detectar y usar modelos de pensamiento que influyan sobre la actitud y comportamiento de las personas como una forma de mejorar la calidad y efectividad de la vida. Estas técnicas permiten tomar decisiones de una forma más rápida acerca de problemas complejos, manejar situaciones con niveles altos de estrés, motivación y automotivación para lograr las metas preestablecidas en un periodo de tiempo (p21).

Es importante resaltar que este concepto abarca todos los aspectos que se encuentran dentro del desempeño y formación de las técnicas de motivación que representa los valores y conocimientos necesarios

para mejorar la eficacia de los recursos que se disponen en su entorno.

Aunque la programación neurolingüística PNL parezca un término complejo, en realidad se refiere a tres ideas sencillas descritas por Richard Bandler y John Grinder:

**Programación:** Se presenta como la habilidad para organizar la comunicación interna basada en los programas mentales o patrones de comportamiento que se repiten de forma sistemática en la vida de las personas, con lo cual puedes alcanzar las metas deseadas y resultados específicos.

**Neuro:** (del griego “Neuron”, que quiere decir nervio) indica que el comportamiento es resultado de los procesos neurológicos ligados a percepciones sensoriales, así el sistema nervioso recibe, emite y procesa nuestras experiencias e información obtenida por medio de los cinco sentidos produciendo una respuesta.

**Lingüística:** (del latín “Lingua” que significa lenguaje”) sistema de comunicación verbal (palabras hiladas



con lógica) y no verbal (gestos, posturas, movimientos, tono de voz, etc.) que utilizan los seres humanos para comunicar (exteriorizar) y organizar pensamientos, conductas, sentimientos e ideas.

De esta manera, todo comportamiento o conducta tiene una intención positiva: la PNL distingue entre la intención o propósito de una conducta y la conducta en sí, se encarga de darnos los medios para alcanzar esos objetivos, sustituyendo así las conductas o respuestas limitadoras. Las personas cuentan con todos los recursos necesarios para cambiar y para actuar eficientemente: de las experiencias se pueden extraer los recursos necesarios para desarrollarnos como personas y afrontar cualquier circunstancia que se nos presente, es decir, rescatar recursos de nuestra experiencia e instalar las herramientas necesarias para crearlos.

Por ello, el psicólogo Dr. Domínguez Fernández expresa que la PNL ayuda a orientar las preguntas a la hora de adecuar la selección y captación de un nuevo talento, evitando filtros y

entendiendo mejor las actitudes y respuestas de los candidatos. A veces, esos filtros, están actuando en contra del mismo entrevistador de forma negativa, por ejemplo; “no se debe fiar de la persona que no te mira a los ojos”. Estos filtros empobrecen la función del especialista en selección. Es por ello que la PNL da las herramientas para evitar mitos y creencias como estas.

Por último, la PNL brinda información sobre la coherencia del mensaje del candidato, su poder de observación, que aporta el conocimiento y el correcto uso de la PNL, da pistas sobre el nivel de acompañamiento que existe entre mensaje verbal y lo que está transmitiendo, detectando mensajes ciertos y contradictorios.

De esta manera, se puede decir que por medio de este complejo panorama por el cual pasa la programación neurolingüística no es más que la punta de un iceberg, el cual le da origen a uno de los elementos fundamentales de este artículo, que es la captación y reclutamiento de personal y su interacción con la nueva era digital a la hora de reclutar nuevos talentos.

## **CAPTACIÓN DE PERSONAL**

La captación de los recursos humanos, es uno de los procesos más importantes en la gestión de recursos humanos, debido a la toma de decisiones que se tienen que optar en situaciones donde confluyen intereses entre el candidato y la organización. De esta manera, la organización y el postulante realizan esfuerzos paralelos para exponer su mejor presentación, por un lado, la organización trata de obtener los mejores recursos humanos del mercado laboral y, los postulantes con su interés de querer el puesto de trabajo, ya sea porque se considera importante para la organización o para acceder a una fuente que le permita satisfacer otras expectativas individuales.

De acuerdo a lo expuesto por los autores Sastre y Aguilar (2003) se define la captación de personal como el proceso de atraer hacia la empresa a aquellos trabajadores que mejor se adapten al puesto de trabajo vacante y a la organización. De esta manera el proceso de captación presenta técnicas relativamente simples, que pueden estar basados en la psicología,

en la sociología laboral o en los principios de la organización de las empresas, empleados de una forma sistemática y ordenada (p144).

En base a esta afirmación, se puede decir que los procesos involucrados en la captación de personal son un conjunto de actividades destinadas a proporcionar, de manera eficaz al personal calificado para una organización que busca un equilibrio justo entre las necesidades de los trabajadores y de la propia empresa.

De acuerdo a lo antes mencionado, se puede deducir que la captación de recursos humanos es la base fundamental para los procesos de reclutamiento, selección e inducción de los empleados, para poder adquirir el personal apto que permita el progreso de la organización. Por tanto, el proceso de captación de recursos humanos consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación de técnicas capaces de conquistar, mantener y promover un personal eficiente, capaz de alcanzar los objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo.

En este sentido, Mondy y Noé (2005) desarrollan, el reclutamiento de personal como un proceso que consiste en atraer personas en forma oportuna, en números suficientes y con las competencias adecuadas, así como alentarlos a solicitar empleos en una organización. Es un escenario significativo que el reclutamiento, es un proceso para atraer personas para llenar vacantes existentes en la organización, tomando en cuenta las habilidades y destrezas de acuerdo al perfil solicitado por la organización. Esto no es más que un proceso de comunicación y divulgación de oportunidades de empleo que atrae a los candidatos para que sean seleccionados.

Así mismo, Dolan (2003) Reclutar se refiere a un proceso de acciones que se ejecutan para lograr obtener un grupo específico de postulantes calificados, logrando así que la empresa posea un conjunto de personas calificadas, y así al momento de seleccionar puedan tener varias opciones. Este proceso suele iniciar al momento de darse el requerimiento del personal por parte de la empresa, o como se le conoce

“orden de servicio”, basándose en lo que necesita la institución (p77).

Los mencionados autores coinciden en que el reclutamiento tiene como objetivo atraer candidatos potencialmente calificados para ocupar posiciones dentro de la organización. Implica un sistema de información mediante el cual la organización comunica y ofrece al mercado de recursos humanos posiciones a cubrir.

El reclutamiento de personal es una de las tareas más importantes dentro de una empresa, teniendo en cuenta que el éxito de una organización está sujeto al rendimiento de su equipo. De esta manera se presentan los siguientes tipos de reclutamientos, que son los más comunes a la hora de captar nuevos candidatos.

**Reclutamiento Interno:** Es el proceso de la organización donde se asigna a los colaboradores, teniendo en cuenta sus capacidades a través de un ascenso o rotación. Dándose estos cambios por logros obtenidos de los colaboradores. Se realiza esta acción con la finalidad de ubicar de manera interna esa vacante que se desarrolló, generando un ahorro económico y de

tiempo, generando una mejora del clima laboral, en donde se reconoce el trabajo y esfuerzo de los trabajadores. De donde el colaborador que ingresa ya tiene conocimientos previos, ya se encuentra adaptado y por ende logrará adecuarse en menor tiempo que un colaborador recién seleccionado.

**Reclutamiento Externo:** Es el proceso en donde las empresas u organizaciones buscan cubrir sus vacantes a través de convocatorias que buscan talentos fuera del círculo de la empresa u organización, estos postulantes deben contar con algunas características y capacidades como exigencias al puesto que se va a cubrir. Este proceso da nuevos aires a la

compañía, pero a su vez presenta ciertas desventajas como el tiempo que se requiere para el proceso, mayor de uso de recursos y dinero, desmotivación de los trabajadores los cuales están a la expectativa del ascenso o asumir nuevos cargos.

**Reclutamiento Mixto:** Es el proceso en donde se funciona el reclutamiento interno y externo para cubrir las vacantes dando cierta equidad e igual oportunidades entre los aspirantes internos y externos.

Dichos procesos de selección presentan algunas ventajas y desventajas las cuales se presentan a continuación en la siguiente tabla:

	Interno	Externo	Mixto
Ventajas	Más económico Más rápido Más confiable Desarrolla el espíritu de competencias	Inserta "sangre nueva" Renueva RRHH Promueve el desarrollo Personal	Aprovecha la inversión de capacitación y desarrollo personal Renueva y enriquece los recursos humanos de la organización Es rápido
Desventajas	Puede limitar las políticas de la empresa Puede generar conflictos de intereses	Genera Mayores costos Menos seguro Toma más tiempo	Puede generar conflictos de interés Puede generar disconformidad dentro de los trabajadores Puede afectar las escalas salariales dentro de la empresa

Autor: Francisco Casares (2003)



De esta manera, al pasar de los años los métodos de reclutamiento se han tecnificado y migrado a nuevas etapas de desarrollo como lo son las redes sociales. Las empresas, cada vez más, utilizan las redes sociales e internet en general para llevar a cabo los procesos de captación y desarrollar ahí las diferentes estrategias de captación de talento. De ahí, que cada vez más las empresas mantengan sus perfiles en las redes sociales más conocidas e importantes: Facebook, Twitter, Instagram como plataformas genéricas y LinkedIn para el ámbito profesional, como medios para la búsqueda de empleo.

Según Schuler (2022) expresa que, para escoger la red social más adecuada, se debe saber que no todas tienen el mismo objetivo, así que su funcionamiento será distinto al momento de buscar candidatos para un puesto. A continuación, te describiremos cómo funcionan las principales redes sociales al momento de buscar talento:

Facebook: cuenta con secciones especializadas para buscar empleo,

además te ofrece la posibilidad de promocionar tus ofertas de trabajo con anuncios de pago.

LinkedIn: esta red social se enfoca netamente en el mundo laboral y cuenta con diversas funciones con filtros avanzados para buscar a los mejores profesionales.

Instagram: aunque también se usa para reclutar personas, esta plataforma es la favorita para desarrollar más que nada el employer branding.

Twitter: esta plataforma te representará mejores resultados si cuentas con una comunidad de talentos a los que les interese formar parte de tu empresa.

Por ello, una forma de conseguir al mejor talento es mediante las herramientas tecnológicas que existen hoy en día. De hecho, a través del reclutamiento virtual, puedes acceder a muchas plataformas, recursos y herramientas que antes no formaban parte del proceso tradicional de selección de personal.

De esta manera, Rannhäuser (2022) dice que el social reclutador "Recruiting" busca demostrar cómo es

la empresa para atraer a los perfiles que mejor se alinean con ella. Si los candidatos logran conectar con el propósito de la compañía, sus ganas de participar del proceso de selección serán mayores (p54).

Es por ello que la nueva era de las redes sociales les da un trampolín a las relaciones industriales a la hora de captar nuevo talento para las vacantes en las empresas, ya que por medio de ellas se facilita las relaciones fuera y dentro de la empresa mientras más interactivas sean las relaciones de captación más candidatos se presentan a participar por un puesto laboral.

Por esta misma razón, se expresa que por medio del reclutamiento de personal se abren puentes a la selección, que por medio de ella se aceptaran los nuevos talentos que se reclutaron y entran en una nueva etapa para optar a cargos de trabajos en las empresas, de esta manera se enfoca las etapas de selección de personal.

### **SELECCIÓN DE PERSONAL**

Para desarrollar un poco qué, es la selección de personal se destacará

que, según Fernández, Vázquez, Dujarric, Díaz, & Soto (2015), dan a conocer que la selección de personal se basa en un conjunto de técnicas y actividades que realiza la organización, teniendo en cuenta el direccionamiento estratégico y las diferentes normas o políticas de la institución, con la única finalidad de encontrar al trabajador idóneo a desempeñar una actividad concreta o específica. Es un proceso minucioso que debe ser dirigido por las personas claves o jefes de áreas para saber si cumplen con los requerimientos (p52).

El proceso de selección de personal consiste en la organización del personal existente a las funciones establecidas mientras se realiza un proceso formal de selección de personal. En la selección de personal se va a utilizar diferentes técnicas e instrumentos para poder identificar al aspirante adecuado para el puesto de trabajo, por ello se debe de priorizar los requisitos mínimos para el puesto como, por ejemplo: el tiempo que laboró en su puesto anterior, edad, grado académico, etc.

Según Chiavenato (2009) La gestión del talento humano es un conjunto de diferentes etapas, procesos y sistemas que se clasifican en una organización de las cuales están diseñadas para desarrollar, determinar, reclutar, promover y resolver diferentes problemáticas y necesidades que se requieren en la empresa, para así lograr resultados de mejoramiento y cumplimiento de las metas establecidas en la organización. (p80). De esta manera se puede decir que la selección de personal, es la decisión de elegir entre un grupo de personas, al más capacitado tomando en cuenta todas sus habilidades y destrezas.

Se considera que la función de selección de personal es buscar una manera sencilla, rápida y ágil mediante nuevos sistemas tecnológicos que permitan no solo garantizar la supervisión del área que esté encargada del personal, sino gestionar el compromiso de los colaboradores y analizar su potencial, desempeño en los perfiles que se estén buscando.

El problema, desde el punto de vista ético, no está en el proceso de selección en sí mismo, sino en la forma

en la que se realiza dicha selección. Ahí radica el comportamiento ético del proceso, en las políticas, en los objetivos, en el proceder de las personas; esto enfatiza la necesidad de contar con principios que guíen el proceso de selección.

Por ello, hoy en día el área de talento humano ha tomado fuerza y criterio en los procesos, ya que a partir de esta área se puede gestionar, administrar, cumplir las diferentes metas y objetivos que cada organización tiene. En la actualidad en las empresas el reclutamiento y selección de personal forma parte del área de Talento Humano y es un proceso por el cual, el asignado a esta área, ya sea gerente o administrador de talento humano, se encarga de atraer, introducir y contratar el personal para ocupar un puesto que la empresa necesita.

Hoy en día, las empresas demandan perfiles laborales cada día más específicos, pero a la vez flexibles, en la búsqueda de individuos capaces de adaptarse a las nuevas circunstancias del mercado de trabajo. Volviéndose fundamental en este proceso, saber seleccionar al personal más adecuado

que cumplan con los perfiles establecidos por la empresa con conocimientos en lo que va a desarrollar desde la parte teórica y práctica.

La idea es evaluar de forma significativa la participación de cada postulante, para así evitar que la decisión final sea tomada a la ligera. Recuerda que el reclutamiento virtual demanda un nivel importante de esfuerzos tanto para el equipo de selección como para los candidatos. La inclusión laboral permite que las personas en condición de vulnerabilidad y sin importar origen étnico, género, enfermedad, orientación sexual y otras circunstancias tengan acceso a un empleo digno y decente.

## **REFLEXIONES**

Las Relaciones Industriales a lo largo del tiempo ha atravesado una serie de etapas o momentos históricos que le han permitido consolidarse como una disciplina profesional que engloba un seno de conocimientos que le es propio, lo que hace pensar en la consolidación propia y definitiva de su desarrollo el cual viene dada por la

evolución en su conceptualización y la elaboración de herramientas que aclaren el perfil y orientación de los profesionales en la materia.

Las diversas configuraciones en la sociedad moderna, de acuerdo a sus formas o modos de producción y a la alta complejidad de las relaciones laborales surgen de las interacciones que han dejado en claro la necesidad de formar profesionales de Relaciones Industriales, los cuales se manejen en las nuevas eras de desarrollo de actividades las cuales le garanticen la efectividad de las nuevas técnicas de implementación a la hora de la selección y captación de talento joven y preparado para las vacantes en las empresas.

La PNL se torna como una herramienta atractiva en las últimas décadas pues su impacto en la organización ha sido reflejado en resultados a través de la experiencia de quienes lo han aplicado, como se hizo énfasis, existen beneficios al momento de aplicar esta técnica que abarcan desde una mejora en la percepción de sí mismos en la empresa, hasta el desarrollo de un sentido de pertenencia a la



organización ya que se ha considerado como algo importante que no debe faltar en la empresa para su desarrollo.

## REFERENCIAS

Agreda, S. (2014). Nuevos retos en el reclutamiento y selección de personal. Boletín Informativo CEI, 74.

Bavister, S., & Vickers, A. (2005). Programación Neurolingüística PNL: la claves para una comunicación más efectiva. Barcelona: Amat Editorial.

Chiavenato, I. (s/f). Gestión de Talento Humano.

Elmayorportaldegerencia.com.

Recuperado el 1 de octubre de 2023, de

[http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Personal/\[PD\]%20Libros%20](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Personal/[PD]%20Libros%20)

[Gestion%20del%20talento%20humano.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Personal/[PD]%20Libros%20Gestion%20del%20talento%20humano.pdf)

De Miguel, M. (2023, junio 26). Cómo elegir la red social adecuada para tu perfil: características y diferencias entre plataformas. Andalucía Vuela. <https://andaluciavuela.es/articulos/como-elegir-la-red-social-adecuada-para-tu-perfil/>

Estrategia PNL. (02 de Febrero de 2017). Estrategia en Programación Neurolingüística. <http://estrategiaspnl.com/que-es-pnl/>

Fundación Factor Humano. (2011). La programación neurolingüística. FH: Fundación Factor Humano, 1-8.

Fernández, A., Vázquez, M., Dujarric, G., Diaz, S., & Soto, H. (2015). Perfil Por Competencias Laborales Y Modelo

De Sección De Personal Para El Cargo Técnico A En Gestión De Recursos Humanos.

González, C. (2022, mayo 25). Inbound Recruiting: el método más eficaz para atraer los perfiles mejor cualificados. Global Human Consultants. <https://globalhumancon.com/inbound-recruiting-el-metodo-mas-eficaz-para-atraer-los-perfiles-mejor-cualificados/>

La PNL y la selección de personal. (2016, agosto 17). PNL Madrid®. <https://www.pnlmadrid.es/articulos/la-programacion-neurolinguistica-pnl-y-la-seleccion-de-personal/>

Morales, E. H. (2017, noviembre 20). Teoría de la Programación Neurolingüística. gestiopolis; gestiopolis.com.

<https://www.gestiopolis.com/teoria-la-programacion-neurolinguistica/>

Noé, M. y. (2005). fundamentación teórica del reclutamiento. Urbe.edu. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0100948/cap02.pdf>

Ortiz Rosales, J. L. (2013). ¿Qué es la programación neurolingüística y cómo funciona? San Luis: Tecnológico de Monterrey.

PNL Hoy. (21 de Marzo de 2013). Programación Neurolingüística Hoy. Obtenido de <http://programacionneurolinguisticahoy.com/>

Rojas, J. (2015). Gestión del talento humano y su incidencia en la productividad laboral del personal operativo en la empresa. Huánuco, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/2145>.

## ACCOUNTING IN THE DIGITAL AGE

Castro Yut, Hilewski Gerardo y Sichini Thea

### Summary

The objective of this work is to analyze accounting and the practical influence that the digital era has on it. The methodology used was based on the bibliographic review, supported by the systematic and reflective analysis of secondary sources made up of written texts, research projects, scientific articles, as well as other sources from the Internet, the study consists of three parts: First, a description and holistic analysis of what accounting is and the main functional and characteristic aspects that make it up. Second, a general investigation of what the digital era is, and its mechanism for storing and collecting relevant information, which serves as a technological basis for the development of accounting. Third, specify through analysis and dissertation the influence that the digital era has on accounting practice and the main tools that it provides to the Public Accountant, as a highly qualified professional for the use of Information and Communication Technologies, in the accounting practice. It is concluded that the digital era provides the necessary tools for the systematization and automation of accounting processes, where the Public Accountant serves as professional support, efficiently in the various business organizations that require it. Keywords: Accounting, digital era, ICT, accounting practice, automation.

## LA CONTABILIDAD EN LA ERA DIGITAL

### Resumen

El presente trabajo tiene por objetivo analizar la contabilidad y la influencia práctica que tiene sobre ella la era digital, la metodología empleada se basó en la revisión bibliográfica, apoyada en el análisis sistemático y reflexivo de fuentes secundarias integradas por textos escritos, proyectos de investigación, artículos científicos, así como de otras fuentes provenientes del internet, el estudio consta de tres partes: Primero, una descripción y análisis holístico de lo que es la contabilidad y los principales aspectos funcionales y característicos que la integran. Segundo, una indagación general de lo que es la era digital, y su mecanismo de almacenamiento y recopilación de información relevante, que sirve de base tecnológica para el desarrollo de la contabilidad. Tercero, precisar a través del análisis y la disertación la influencia que tiene la era digital sobre la práctica contable y las principales herramientas que ésta le facilita al Contador Público, como profesional altamente calificado para el empleo de las Tecnologías de Información y Comunicación, en el ejercicio de la contabilidad. Se concluye, que la era digital facilita las herramientas necesarias para la sistematización y automatización de los procesos contables, donde el Contador Público sirve de apoyo profesional, de manera eficiente en las diversas organizaciones empresariales que así lo requieren.

**Palabras claves:** Contabilidad, era digital, TICS, práctica contable, automatización.

## **Introducción**

En los últimos años, el mundo de la contabilidad ha tenido una serie de transformaciones que de una u otra forma han cambiado la práctica que llevan a cabo los Contadores Públicos y las diferentes organizaciones empresariales, donde la automatización y sistematización de los procesos contables se ven simplificados de una manera más efectiva y rápida en cuanto a la practicidad que estos requieren, sin embargo, en la mayoría de los casos estos cambios son directamente influenciados por las herramientas que facilitan las Tecnologías de Información y Comunicación, a través de la era digital, donde los procesos de la contabilidad tienen un marcado desarrollo que les permite crear y rediseñar aspectos cada vez más innovadores en cuanto a las documentaciones, las cuales estaban sumergidas en el ejercicio de actividades más lentas que no permitían la rapidez de cualquier tarea contable.

Ahora bien, acercarnos a la era digital trae una serie de transformaciones acertadas para quienes llevan a cabo la

práctica de la contabilidad, pues los paradigmas se han modificado y transformado de una manera tal, que lo que ha traído es una serie de evoluciones, donde toda actividad contable, se ve sumergida cada vez más en avances que permiten discernir y llevar a cabo con mayor prontitud cualquier requerimiento que la práctica de la contabilidad requiere, pues la revolución de las Tecnologías de Información y Comunicación, así como el uso del internet ha impactado e influenciado de manera significativa sobre el ejercicio de la contabilidad y todos los procesos que a través de ella se deben automatizar y sistematizar.

En este sentido, por medio de la disertación analítica, congruente y exhaustiva del tema, se estará esbozando con precisión lo que es la contabilidad y la era digital, resaltando de cierto modo, la manera cómo influye la segunda sobre la primera en cuanto al ejercicio de la práctica contable.

## **Contabilidad**

Dentro de las organizaciones empresariales, el buen manejo de su estructura laboral y financiera forma parte del trabajo que puede llevarse a

cabo a través de la contabilidad, pues esto representa desde un punto de vista laboral, la integración de aspectos fundamentales que se deben desarrollar como lo es por ejemplo, una buena directriz afianzada a la producción efectiva de ganancias, la correcta administración con enfoque en el sostenimiento del capital empresarial, pero sobre todo aspectos contables como el desarrollo y empleo de automatizaciones y sistematizaciones de procesos que permitan tener con precisión y posterioridad las estrategias financieras y de contabilidad en cualquier organización.

En este sentido, es fundamental resaltar que los sistemas contables facilitan de manera marcada lo que es el desarrollo de cualquier empresa, ya que para llevarse a cabo una estructura organizacional independiente, la contabilidad juega un papel importante en ese desarrollo, debido a que a través de ella se pueden contabilizar de manera más efectiva congruente y eficaz los avances financieros que pueda tener cualquier organización, además que con el sistema contable los avances en los últimos años han

sido sumamente eficaces a nivel mundial.

Sin embargo, para llevarse a cabo la contabilidad de manera ideal dentro de cualquier organización empresarial, es indispensable que el Contador Público tenga en sus manos las herramientas de sistematización y automatización de procesos contables siempre, pues éstas son piezas claves para que pueda desarrollarse de la mejor forma las diferentes directrices que son parte del desarrollo de las empresas, todo eso, a través de la actuación efectiva y progresista que tiene la contabilidad, ya que ella está inmersa de manera general en los procesos contables que se llevan a cabo dentro de las empresas.

Es por ello, que actualmente la contabilidad forma parte de una de las tareas más importantes que hay dentro de las empresas, pues bien; tener un buen ambiente laboral, ofrecer productos de mejor calidad y contar con el mejor talento humano, son partes cruciales del buen funcionamiento de un negocio, lo cierto es que el correcto manejo de recursos es lo primero que una empresa debe asegurar, a fin de



cuentas una organización, solo puede mantenerse viva si tiene una buena gestión financiera. De esta manera la contabilidad permite a las empresas conocer y monitorear con detalle, su evolución comercial, así como todas las operaciones financieras que ocurren dentro de ella, por tanto, el cálculo de las ventas, los ingresos y las utilidades, forman parte del día a día de los departamentos contables, por lo que son esenciales para diagnosticar el éxito de un negocio.

Entonces en sentido estricto, con respecto a la contabilidad señala Vega (2018), que:

La contabilidad es una técnica auxiliar de la Economía, cuya finalidad es apoyar los procesos en la administración de una empresa, a manera de aportarle eficiencia. La información que entrega sirve a los ejecutivos para la toma de decisiones con respecto al futuro de la organización. Es el arte de registrar, clasificar y sintetizar, en forma significativa expresándolos en dinero los actos y las operaciones que tengan aunque sean parcialmente características financieras y de interpretar sus resultados.(p.04).

Por tanto, la contabilidad representa en un todo la base esencial dentro de lo que es la economía y las finanzas de las empresas, pues la información suministrada a través de ella proporciona a los empresarios una organización estructural para la toma de decisiones que se puedan dar dentro de ellas, ya que el cúmulo de actividades que se dan por medio de la contabilidad, permite el desarrollo empresarial y la obtención de resultados pertinentes y financieros que siempre se esperan obtener en el campo de los negocios. Donde la participación de los profesionales de la Contaduría Pública para el logro de todo eso, es indispensable, ya que son ellos los encargados de llevar a cabo, todas esas actividades contables que promueven el desarrollo empresarial. Es por eso, que se puede decir que los expertos contables son los encargados de evaluar los gastos, costos operativos y pérdidas de una organización, por lo que también son fundamentales para diagnosticar problemas administrativos y generar estrategias para contrarrestar sus efectos. Esto significa que sin un conocimiento contable las empresas no

podrían tomar decisiones, ya que carecerían de un buen control financiero y sencillamente no podrían saber cuáles son las ganancias o pérdidas de la compañía.

De esta manera, Aguirre (2021), señala que la contabilidad tiene como objetivo ser una herramienta clave para la toma de decisiones, proporcionar a la dirección y a los administradores de la empresa información fiable para definir una estrategia y tomar decisiones a partir del cierre del ejercicio económico y la elaboración de documentos contables resumidos, obligatorios y provisionales, ser un instrumento útil de gestión, así como un soporte de información para todas las áreas de las empresas, donde cada sector de la organización tiene la posibilidad de apoyarse en las actitudes y ejercicios contables para evaluar su propia actividad, cumplir con las obligaciones legales y llevar una tarea contable de manera regular, la cual constituye una imagen fiel de su situación económica, es decir, la contabilidad es parte fundamental del desarrollo de las organizaciones, por tanto, su práctica debe brindar confianza sobre la información recabada y difundida, este

es un aspecto que se ha venido fortaleciendo con el pasar del tiempo. Entonces, en cuanto a las atribuciones esenciales que enmarcan lo que es este sistema tan importante para las empresas como lo es la contabilidad, se puede hacer mención de manera taxativa de lo que representan cada una de las funciones y características que la determinan, por ello Vega (2018), hace mención que:

La contabilidad tiene funciones históricas debido a que se manifiesta por el registro cronológico de los hechos económicos que van apareciendo en la vida de la empresa, asimismo, presenta estadísticas puesto que es el reflejo de los hechos económicos en cantidades que dan una visión real de la forma en que queda afectada la situación de la empresa, a su vez, ejerce funciones económicas y financieras, la primera porque estudia el proceso que se sigue para la obtención del producto, y en cuanto a la segunda es porque analiza la obtención de los recursos para hacer frente a los compromisos de la organización, en este orden de ideas, también representa la parte fiscal y legal debido a que en cuanto a la fiscalización es el saber cómo le afectan las disposiciones fiscales como todos los impuestos existentes a la organización, y la parte

legal puesto que ayuda a conocer los artículos del código de comercio así como otras leyes que la integran, tal como es el caso del derecho del trabajo y otras normas en las que en algún momento pudiera estar inmersa la empresa.

En cuanto a aspectos característicos de la contabilidad se tienen: Que es exacta porque responde con exactitud a los datos consignados en los documentos originales como factura cheques y otros, es verdadera y fidedigna puesto que los registros e informes deben expresar la real situación de los hechos, es clara ya que la información debe ser presentada de tal forma que su contenido no induzca a error y comprendida por el común de los miembros de la empresa, es referida a un nivel económico y oportuno ya que es elaborada según el destinatario con un costo inferior al beneficio que reporta, así como que esté disponible al momento en que se requiera su información.(p.p. 5-6).

De este modo, es relevante indicar, que la contabilidad dentro de su quehacer diario enmarca diversas características y funciones particulares, las cuales de una u otra forma la integran como un sistema contable altamente importante

para las organizaciones empresariales, por tanto, ejecutar cada una de ellas dentro de la logística de los negocios es de gran interés, puesto que esto llevará con éxito a los ejecutivos a tener cada vez más un avance de su capital y funcionamiento correcto a lo largo del proceso económico y financiero que cada uno de ellos desarrolla a diario.

También hay que señalar que la contabilidad, en su contexto general se encuentra inmersa bajo varios principios alineados a las Normas Internacionales de Información Fiscal (NIIF), entre los más importantes se destaca el principio de la empresa en funcionamiento, el cual es uno de los principios contables generalmente aceptado, que establece que cuando se crea una empresa, se supone que la gestión de la misma continuará a lo largo de un período, más o menos como mínimo 12 meses, asimismo se tiene el principio de representación fiel, este hace énfasis que la información contenida en los estados financieros transmite presencia y realidad de los hechos económicos, es decir, la muestra de forma cierta y veraz, también está el principio de objetividad, éste señala que las partidas o

elementos incorporados en los estados financieros deben poseer un costo o valor que pueda ser medido con confiabilidad.

### **Era digital**

En el marco globalizador que en los últimos años se ha presentado en la sociedad mundial, han existido una diversidad de cambios que traen en sí una serie de transformaciones en los diversos ángulos en que se presenta la vida laboral cotidiana de los humanos, sin embargo, estos cambios han estado afianzados a la presencia de nuevas tecnologías que por medio de la denominada era digital, traen una serie de transformaciones que orientan al hombre a adaptarse a los nuevos sistemas contables y financieros, que en el campo de los negocios se esquematizan como una Nueva visión a lo que las Tecnologías de Información y Comunicación han aportado a los nuevos paradigmas que experimentan las diversas áreas del saber.

Ahora bien, todo ese proceso globalizador no ha surgido momentáneamente, puesto que los avances han sido afianzados a técnicas e instrumentaciones que el hombre innova cada día, todo ello a través de la

utilización primero que nada de la ciencia y en segundo lugar de tecnologías y herramientas avanzadas que fortalecen las transacciones bilaterales que pueden existir entre una empresa y otra, cabe destacar que dentro de las estructuras financieras que maneja cada organización, se llevan a cabo procesos contables que cuentan en la actualidad con las tecnologías de información y comunicación provenientes de la era digital, era en la cual la humanidad está afianzada a sumergirse en cambios si es de notarlos paradigmáticos que van más allá de los modelos estándares que anteriormente se tenían en el mercado internacional.

Sin embargo, la era digital proporciona en muchos ámbitos en donde se desarrolla el ser humano, diversos procesos que afianzan un desarrollo progresivo en cualquier contexto donde se requiera la actuación de todas y cada una de esas maquinarias digitales, en el caso de lo que es la contabilidad este sistema se ha visto fortalecido por la aparición de lo que es las Técnicas de Información y Comunicación, ya que las mismas proporcionan unas herramientas



adecuadas para que todo proceso de la contabilidad , se lleve a cabo a través de la utilización correcta de la automatización y sistematización de los procesos contables que las organizaciones empresariales de notan en la actualidad.

Haciendo un recuento originario, de esos procesos contables anteriores, se puede decir, que existía una gama de papeles argumentados que traían en sí muchas veces una desventaja laboral, ya que en el caso por ejemplo de los Contadores Públicos estos profesionales tenían que archivar de manera manual cada uno de las actividades que realizaban en este campo, como por ejemplo se pudieran mencionar las facturaciones y la realización de diversos estados financieros de manera física, en hojas que se podrían traspapelar con el tiempo, y esto hacía más engorroso el proceso de simplificación de trámites que se llevaban a cabo en el mundo de la contabilidad que se desarrolla en las empresas que ejercen cualquier tipo de actividad comercial. En relación con la disertación de los párrafos anteriores, Moncho (2022), argumenta que:

Actualmente, los avances tecnológicos han influido, prácticamente, en todos los niveles de nuestra vida diaria. **La revolución tecnológica se evidencia en nuestra cotidianidad** a tal punto que no pasa un día sin que estemos en contacto con un dispositivo tecnológico. Así, el ámbito laboral y el educativo no han estado exentos de contar con influencias tecnológicas en la **era digital**. (p.01).

Entonces, indudablemente es necesario señalar que la era digital, ha revolucionado de manera marcada en diversos ámbitos de la vida real, puesto que cada uno de los contextos laborales hacen uso de maquinarias tecnológicas que de una u otra forma facilitan las actividades que se desarrollan en las organizaciones empresariales, debido a que las Técnicas de Información y Comunicación a través de la era digital, hace que sea más rápido cualquier tipo de actividad laboral, proporcionándose eficacia y rentabilidad en los procesos, en el caso de actividades contables éstas se dan con mayor rapidez, eficacia y duración, haciendo que una organización sea más idónea en cuanto a sus actividades y por supuesto tenga un desarrollo financiero

que proporcione una mayor demanda comercial.

Es por ello, que en cuanto a la definición técnica de lo que es la era digital Llamas (2021:01 ), asevera que ésta es “Aquella época que abarca el inicio, apogeo y culminación de la revolución digital e informática de finales del siglo XX e inicios del siglo XXI”. Por tanto, es esta era en donde se afianzan los avances tecnológicos que facilitan la realización de diversas actividades laborales, orientada por una serie de acontecimientos en materia de progreso tecnológico, enmarcados a la informática y las herramientas digitales.

No obstante, la conceptualización del significado de era digital es discernido por Carvajal (2017:47), como “la época actual que ofrece un espacio virtual conocido como internet. Este espacio se caracteriza por la velocidad de las comunicaciones que ha transformado el entorno social en el que vivimos, hasta nuestra forma de interactuar” es decir, que en cada una de las personas y las organizaciones empresariales, está el adaptarse y aprovechar las bondades que presenta este recurso, el cual continuará evolucionando y

revolucionando en todos los ámbitos con el uso de nuevas tecnologías.

Mencionando de este modo, herramientas que han sido una constante en el quehacer diario de un Contador Público, se podría mencionar Excel, el cual se ha limitado y quizás subestimado su utilidad, pero gracias a la era digital a esta herramienta se han incorporado nuevos GADGETS para llevar el programa a otro nivel. Por eso, se hace necesario eliminar de la práctica el proceso repetitivo de solo copiar y pegar con este recurso tecnológico, ya que se ha vuelto sumamente generoso, pues con el uso de programas como ASAP, utilities y KUTOOLS, como ejemplos de programas descargables en la red que al ser incorporados a éste, brindan nuevas opciones para la elaboración y comunicación de la información financiera, del crecimiento y evolución del procesamiento de datos electrónicos en las empresas y organizaciones, siendo de este modo las más beneficiadas con esta herramienta las actividades contables porque se pueden llevar a cabo de forma rápida y precisa.

### **Influencia de la era digital sobre la práctica contable**

Ante la inminente globalización y explosión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, se ha transmutado a la sociedad hasta transformarla en otra donde la información y el conocimiento desempeñan un papel esencial, lo cual por supuesto ha tenido un importante impacto para los actores de la contabilidad que se desempeñan en el sector empresarial, ya que las organizaciones se han visto en la necesidad de adecuar y actualizar sus procesos a la era digital, pues los avances tecnológicos obligan de una u otra forma a estar actualizados o desaparecer. En concordancia con esto, Changmarin (2020:04), indica que “visto el carácter altamente cambiante de las tecnologías, el reto de los Contadores Públicos, es el desempeño como colaboradores empresariales dotados de adaptabilidad, como lo hicieron las generaciones pasadas” Es por ello, que la figura del profesional de la contabilidad o la contaduría no desaparecerá sino que se adaptará a los cambios actualizándose, formándose y creando nuevos

sistemas contables, donde se aporte mejores herramientas para su desempeño y el de la empresa.

Por consiguiente, se puede decir que las organizaciones deben estudiar las bondades que ofrecen las nuevas tendencias tecnológicas y de ser factible adaptarlas o utilizarlas para su beneficio, ajustando sus capitales, materiales, estructuras y su propia cultura corporativa, ya que los profesionales contables por su parte siempre se han caracterizado por adaptarse a los cambios constantes en la normativa y regulaciones locales e internacionales, es por ello, que en la actualidad con estos cambios y la transformación digital como el motor de la economía moderna, las organizaciones esperan cada vez más de su labor.

En este orden de ideas, es importante decir que con el mundo conectado a la automatización y sistematización de datos y procesos contables, los profesionales de la Contaduría Pública, ya están avanzando hacia una mayor puntualidad en la información financiera. Por tanto, la etapa final, supervisión y el control continuo, al usuario de la información es latente.

Pero, esto requerirá innovación para tener éxito, ya que la actualización con respecto a las herramientas disponibles para el manejo de la información y facilidad para la práctica contable, debe ser una tarea constante para todo profesional de la contabilidad, ya que al estar actualizado su conocimiento, hará que él cada día esté a un paso más allá y mejor preparado.

No obstante, las organizaciones se han visto en las necesidades de adecuar y actualizar sus procesos a la era digital, pues los avances tecnológicos obligan de una u otra forma a estar actualizados o desaparecer, al respecto Torres & Lamenta (2015:11), comentan “ las nuevas tecnologías han acelerado el ritmo de los cambios e impuesto nuevos condicionantes: Mercados cambiantes, predominio de la incertidumbre, multiplicidad de competidores, rápida obsolescencia de productos y servicios, empresas exitosas caracterizadas por la habilidad de crear nuevos conocimientos e incorporarlos en su nuevo producto y servicios para mantener o mejorar sus ventajas competitivas” por lo que se hace imprescindible la actualización

constante de las organizaciones y de los profesionales de la Contaduría, por ello, los estudios contables hoy día integran cada vez más Big Data con tecnologías avanzadas como Blockchain, inteligencia artificial, Aprendizaje Automático, y análisis de Datos. Con relación a esto, el informe de la Asociación Interamericana de Contabilidad (AIC, 2022), señala que: Big Data combinada con Análisis de Datos permite identificar patrones de fraude o transacciones atípicas, Big Data con análisis de datos e Inteligencia Artificial, permite analizar Gestión de Riesgos Financieros y Contables, Big Data más análisis predictivo, permiten predecir riesgos futuros y aconsejar a la organización medidas para mitigar daños, Big Data combinada con Inteligencia Artificial, permite elaborar predicciones más acertadas, entonces plataformas como Conciliac EDM, son herramientas ideales y probadas por los líderes de la industria en este segmento a nivel global como Deloitte, KPMG y American Express, para la gestión centralizada de los datos, como plataforma de Data management, que permite automatizar y estandarizar los



procesos de integración, consolidación, limpieza y estandarización de datos y mucho más.

Al respecto Changmarin (2020:05), expone que “ El ejercicio profesional del Contador Público no ha sido nada fácil: durante las últimas siete décadas de la humanidad ha debido mantener una actualización constante actuando en la presencia de cientos de inventos que con su ayuda y experiencia se han desarrollado en el campo empresarial como estrategia competitiva”, por supuesto que no ha sido fácil la adaptación del profesional de la Contaduría a los cambios tecnológicos, sin embargo, están conscientes de la necesidad de estos para mejorar la eficacia calidad y productividad en las organizaciones empresariales, satisfaciendo las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer a las necesidades de las generaciones futuras.

Actualmente el uso de las nuevas tecnologías en el ejercicio de la contabilidad va más allá de analizar y estudiar el aspecto económico de los procedimientos contables sino que también contribuye con el carácter

social del sistema contable, siendo capaz de medir los impactos sociales.

Por su parte, Llamas (2021), discierne que:

En esta era digital en la que lo relacionado con lo informático es clave, las denominadas ‘nuevas tecnologías’ son un factor que en su conjunto aportan prácticamente todo el valor e innovación del sector digital. A continuación, se destacan las tecnologías que más impacto están teniendo en el ámbito Contable:

**IoT:** El factor ‘Internet’ es el que más ha influenciado esta era, siendo primordial en el desarrollo de la misma. Por tanto, el ‘Internet de las cosas’ o *Internet of things* posee un papel muy importante en el avance de la revolución digital.

**TIC:** Las tecnologías aplicadas a la información y la comunicación favorecen la propagación de conocimiento y datos, lo que conlleva a incluir cada vez a más individuos en la revolución digital.

**Big Data:** El uso masivo de datos con ciertos fines y objetivos puede ser una de las herramientas que determine ciertos patrones de comportamiento no solo a nivel social, ya que puede ser aplicado prácticamente en cualquier campo.

**IA:** Por último, la inteligencia artificial es el paso casi final de la era digital. Combina el uso de Internet, la información y la comunicación en base a un volumen de datos masivos y, con todos estos ingredientes, surge un intento de imitación de un comportamiento razonado y, por ende, parecido al humano.

Luego, si se tiene en cuenta que el desarrollo de herramientas y sus formas de uso en el entorno digital no tiene prácticamente un número limitado de aplicaciones, es posible que en el futuro surjan nuevos procesos y corrientes digitales que sustituyan a nivel de importancia las que se acaban de exponer.( p.p. 7-12).

Entonces los diseños tecnológicos actuales, empleados a través de la era digital, tienen un impacto o influencia significativa sobre lo que son los procesos contables, ya que los mismos, se destacan de manera tal, que pueden llegar a propiciar avances significativos en materia contable, los cuales van desde el uso normal del internet, como el empleo técnico y utilización constante de las Tecnologías de Información y Comunicación, así como los datos que son sistematizados y automatizados por medio de Big

Datas que facilitan este proceso, y a manera futura se afianzará un cambio total que dará un giro completo a lo que es la era digital, cuando se ponga en funcionamiento de una vez por todas, la Inteligencia Artificial, por medio de la cual los actores de la Contaduría Pública lo que tendrían que trabajar, es su conocimiento y actuar como facilitadores de esas herramientas tecnológicas que permitirán adjuntar cualquier proceso contable a la realidad que requieran las organizaciones empresariales. Por tanto, el impacto de las tecnologías informáticas en todos los ámbitos de la vida contable es incuestionable, por lo que los Contadores Públicos, al ejercer su profesión, no tienen otro camino que ajustarse a estas circunstancias ineludibles. Por supuesto, como todo cambio, y en este caso, drástico o no, las cosas no son de un todo sencillas, pero el tratar de oponer resistencia a la realidad no es una opción. La tecnología es indispensable en esta área del saber, así como en la vida laboral, la cual suele ser muy desgastante, pero con los avances tecnológicos ha sido de gran ayuda para los Contadores, utilizando

herramientas las cuales han simplificado esa labor que antes era tan laboriosa.

Siguiendo este orden de ideas, la era digital pudiera estar también influenciada significativamente por la Industria 5.0, revolución tecnológica que en cierto modo, pretende potenciar la transformación del sector empresarial en espacios inteligentes basados en IoT. En este sentido, esta tecnología trata de unir máquinas y humanos o, en otras palabras, desarrollar la Inteligencia Artificial para que se puedan realizar procesos similares a los que ejecuta el pensamiento humano. Por tanto, la empresa 5.0 pone el énfasis en la colaboración entre máquinas y humanos para mejorar la productividad y la eficiencia. Si bien es cierto, que el avance tecnológico implícito en esta quinta revolución industrial destruirá puestos de trabajo, se reestructurarán algunos empleos para facilitar el trabajo humano, impulsando la creación de productos personalizados, obviamente, se hace necesaria la ayuda de robots colaborativos. Por tanto, éstos de la mano del ingenio humano, se encargarán de generar los productos,

los cuales al momento de tener procesos contables eficientes pueden ser utilizados para una mejor eficiencia de la contabilidad empresarial. Delegándose las tareas contables rutinarias a la Inteligencia Artificial. De este modo, el profesional contable, puede llegar a disponer de más tiempo para llevar a buen puerto esas tareas de la contabilidad que solo la razón humana puede ejecutar. Entonces, es probable y acertado discernir de que con la mejora tecnológica, las organizaciones empresariales desarrollen sistemas de producción basados en sistemas contables y tecnológicos innovadores.

En síntesis, la era digital ha transformado inmensamente el desarrollo de los procesos laborales y contables, pues, la **tecnología avanza a pasos agigantados** y con ella todas las organizaciones empresariales que cuentan con una diversidad de actividades que se llevan a cabo en la contabilidad. Por ello, es necesario estar en actualización constante para ir a la par con los grandes cambios del mundo y su desarrollo.

## Reflexiones

Es necesario que el Contador Público, en la práctica contable, se reinvente y no se limite al proceso de registro automatizado de la información contable, por el contrario, debe encaminarse a la formación de las Técnicas de Información Contable, de manera personal y gremialmente para fortalecer el ejercicio profesional a través de las mejores prácticas internacionales y que permitan fomentar la reutilización de los conocimientos a través de las Técnicas de Comunicación e información, para colocarlos al servicio de las empresas que se asesoran y el intercambio para el desarrollo de las mejores prácticas profesionales.

Las Tecnologías de Información y Comunicación, transforman la manera en que se realizan los registros, automatización y sistematización, de las transacciones contables, por tanto, es impensable ver un Contador realizando registros manuales o enviando telegramas para comunicarse con sus clientes cuando en la actualidad se deben usar las TIC, con mucha naturalidad, tampoco un auditor

trabajando en sendas hojas de trabajo físicas que asemejaban sábanas con extensas columnas para rellenarse, sin embargo, la transformación digital del Contador Público es un tema que algunos manejan con cierto escepticismo y discrepancia por la desigualdad al acceso de nuevas tecnologías. La era digital ha influido positivamente en los procesos contables en el mundo entero, debido a que gracias a ella, se llevan a cabo simplificaciones de trámites y actividades que denotan una transparencia contable dentro de cualquier organización empresarial, donde las estadísticas muestran los estados financieros de manera transparente, lo que permite llevar a cabo una mejor eficiencia con respecto a la contabilidad interna que posean las empresas.

El cuerpo normativo que rige cada país, debe adoptar cambios en el sector empresarial, adecuándolo a los cambios que se están presentando a nivel tecnológico, pues las Técnicas de Información y Comunicación, presentan en la actualidad herramientas necesarias que son base para el desarrollo y ejercicio profesional



del Contador Público. La capacitación y adiestramiento de los profesionales de la contaduría pública, debe estar a la par de la innovación tecnológica, de manera tal que el binomio innovación – capacitación, permita alcanzar una contabilidad más eficaz y eficiente en el campo laboral. Las Tecnologías de Información y Comunicación, han sido una influencia positiva en las funciones que ejerce el contador público, ya que su labor se ha visto beneficiada en gran manera, puesto que les permite optimizar muchos procesos contables, en tiempo real. La era digital permite optimizar recursos y agilizar procedimientos a través del procesamiento de la información de una forma más eficiente, donde las tareas contables y laborales empresariales, resultan más rápidas que aquellas donde se retardaba el proceso de recaudación de datos, puesto que no existía una eficaz automatización y sistematización de todos y cada uno de los procesos contables que se llevaban a cabo dentro de las empresas.

**Referencias** Aguirre, María (2021) Qué es la contabilidad y cuál es su objetivo en la empresa? Revista

Appvizer. Disponible en línea: <https://www.appvizer.es/revista/contabilidad-finanzas/contabilidad/que-es-la-contabilidad> (Consulta, Agosto de 2023).

Carvajal, Evelyn (2017) Reflexiones en torno a la ciudadanía digital. Revista doxa digital, disponible en: <https://journals.sfu.ca/doxa/index.php/doxa/article/view/34/28> (Consulta, Agosto de 2023).

Changmarin, C (2020) El reto profesional de los Contadores Públicos ante la innovaciones sociales. Revista revisión contable, disponible en: <http://portal.amelica.org> (Consulta, Agosto de 2023).

Llamas, Jonathan (2021) Era Digital. Documento tipo web, Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/era-digital.html> (Consulta, Agosto de 2023).

Moncho, Gonzalo ( 2022) La era digital, educación y trabajo: detalles de una transformación. Documento tipo web, Disponible en : <https://blogthinkbig.com/la-era-digital-educacion-y-trabajo-detalles-de-una-transformacion> (Consulta, Agosto de 2023).

Normas Internacionales de Información Fiscal ( NIIF)

Vega, Mabel (2018) El rol de la contabilidad. Documento PDF, disponible en línea: [https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=el+rol+de+la+contabilidad&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=el+rol+de+la+contabilidad&btnG=) (Consulta, Agosto de 2023).

## **HUMAN TALENT MANAGEMENT AND THE PSYCHOSOCIAL RISKS FACED POST-PANDEMIC**

Erinis Yusnaika Cortez Acosta

### **Summary**

In 2020, the appearance of a type of virus that causes COVID 19 caused changes worldwide; For this reason, the National Executive through Decree No. 4,160 published in Official Gazette No. 6,159 Extraordinary declared a State of Alarm throughout the national territory, which ended on October 31, 2021; With this, drastic changes occurred that led us to transform work and study routines, affecting the population in general, since we have had to quickly adjust to models for which we were not prepared; For example, to convert spaces in our homes into classrooms, to spend time forced at home due to mobility restrictions and confinements, to economic models of virtual shopping and doing work at home, an issue related to teleworking in pandemic conditions, which generated multiple important consequences in individuals in the period after this confinement, therefore the central purpose of this research is to describe the psychosocial risks that emerged post-pandemic that human talent management faces. Methodologically, it is considered explanatory and documentary, as it is based on a review of texts. In this sense, it seeks to highlight the importance of human talent management, which should be aimed at increasing motivation and reducing stress caused by the presence of factors. external factors that directly impact your mental and physical health in accordance with workplace health and safety policies. Keywords: management, psychosocial, post-pandemic, human talent.

## **GERENCIA DEL TALENTO HUMANO Y LOS RIESGOS PSICOSOCIALES ENFRENTADOS POST PANDEMIA**

### **Resumen**

En el año 2020 la aparición de un tipo de virus causante del COVID 19, ocasiono cambios a nivel mundial; por este motivo, el Ejecutivo Nacional mediante el Decreto No. 4.160 publicado en la Gaceta Oficial N° 6.159 Extraordinario declaró un Estado de alarma en todo el territorio nacional, el cual culmino el 31 de octubre del 2021; con ello se presentaron cambios drásticos que nos llevaron a transformar rutinas de trabajo y de estudio, afectando a la población en general, pues hemos tenido que ajustarnos rápidamente a modelos a los que no estábamos preparados; por ejemplo, a convertir espacios de nuestra vivienda en aulas de clases, a estar tiempos obligados en casa por las restricciones de movilidad y confinamientos, a modelos económicos de compras virtuales y hacer trabajo en casa tema relacionado al teletrabajo en condiciones de pandemia, lo que genero múltiples consecuencias importantes en los individuos en el lapso posterior a este confinamiento, por ello la presente investigación tiene como propósito central describir los riesgos psicosociales surgidos post pandemia que enfrenta la gerencia de talento humano.

Metodológicamente se considera explicativa y documental, por cuanto se sustenta de revisión de textos, en este sentido se busca resaltar la importancia de la gerencia de talento humano, la cual debe estar orientada a aumentar la motivación y disminuir el estrés ocasionado por la presencia de factores externos que impactan directamente su salud mental y física de acuerdo a las políticas de seguridad y salud en el trabajo.

Palabras clave: gerencia, psicosocial, post pandemia, talento humano.

## **INTRODUCCIÓN**

En el tiempo transcurrido desde el año 2021 al 2023; las organizaciones le han restado importancia a la gerencia de talento humano debido a que es la encargada de dirigir de forma estratégica la gestión del capital humano, esta se enfoca en la captación de nuevos colaboradores y mantener a los que forman parte de la organización. Ellos se encargan de establecer las normas y procedimientos, para generar en los empleados las habilidades y comportamientos que la empresa requiere para alcanzar sus metas estratégicas.

Es justamente ese retorno a las actividades habituales que afectó el desenvolvimiento de los empleados, lo que generó múltiples consecuencias importantes en los individuos en el lapso posterior a este confinamiento, lo cual representa riesgos psicosociales el cual representa un desafío para la

gerencia de talento humano. La evaluación de riesgos psicosociales en las organizaciones es importante, pues permite a los líderes encargados establecer estrategias que garanticen la salud y bienestar del trabajador y de esta manera lograr las metas planteadas por la gerencia.

## **GERENCIA DE TALENTO HUMANO**

La gerencia de talento humano en una organización está encargada de dirigir de forma estratégica todas las acciones relacionadas con el área de gestión del capital humano, se enfoca en la atracción, captación e incorporación de nuevos colaboradores y mantener a los que forman parte de la empresa.

Álvarez, Duque (2019) expresa que la gerencia de personas debe ser el socio estratégico de toda organización, para que ello ocurra los profesionales de este departamento necesariamente deben ser sensibles al negocio, conocer y dominar no solo su

estrategia, sino también los aspectos económicos, sin duda, los líderes que gestionan el departamento de personas en las organizaciones deben tener conocimientos sólidos de management, entendiendo que vienen surgiendo nuevos puestos, roles y funciones.

En este sentido, la gerencia de talento humano debe tener conocimiento de las operaciones de la organización, no solo a nivel de estrategias y metas, sino también de los aspectos financieros, ya que este departamento se encargó de gestionar todo lo que se refiere al personal, como contratar, capacitar y mantener a los que forman parte de la empresa.

Dessler & Varela, (2010) señala que la administración de recursos humanos ha evolucionado conforme las necesidades de los empleadores han ido cambiando. La principal responsabilidad de los gerentes de recursos humanos consiste en establecer políticas y prácticas, que generen en los empleados las habilidades y los comportamientos que la empresa requiere para alcanzar sus metas estratégicas. Una estrategia es

el plan que tiene la organización para adecuar sus fortalezas y debilidades internas de acuerdo con las oportunidades y amenazas externas, con la finalidad de mantener una ventaja competitiva. (pág. 13).

En sintonía con el párrafo anterior, la gerencia de recursos humanos o talento humano ha evolucionado, esto se debe a la importancia que los empleadores le han dado a dicho departamento, entendiendo que a través de una buena gestión se pueden alcanzar las metas planteadas, estableciendo planes estratégicos para así canalizar las debilidades y fortalezas internas de forma efectiva y lograr mantener la competitividad en el mercado.

Para Chiavenato I, (2010) la administración de recursos humanos es un campo muy sensible para la mentalidad predominante en las organizaciones. Depende de las contingencias y las situaciones en razón de diversos aspectos, como la cultura que existe en cada organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental,



el negocio de la organización, la tecnología que utiliza, los procesos internos, el estilo de administración utilizado y de infinidad de otras variables importantes. (pág. 8)

Es por ello que la administración de recursos humanos es uno de los campos más susceptibles en una organización, esto se debe a que depende de diversas situaciones y factores internos y externos que pueden afectar el comportamiento del trabajador, estos pueden ser la cultura de organizacional, procesos internos, la tecnología utilizada, las características ambientales, entre otras variables.

Entorno al planteamiento anterior; la gerencia de talento humano tiene una mezcla de liderazgo, conocimiento, tecnología y planificación para llevar a cabo los proyectos de la organización. Sin embargo, la gerencia de talento humano es la facultada de establecer las normas y procedimientos, que generen en los empleados las habilidades y los comportamientos que la empresa requiere para alcanzar los objetivos estratégicos.

En este sentido existen condiciones presentes en el área laboral y se encuentran relacionadas con la organización, el contenido de trabajo y la ejecución de las tareas asignadas, estas condiciones pueden afectar el bienestar físico o mental de trabajador y son definidos como factores psicosociales, temática a ser abordada a continuación.

### **Factores Psicosociales**

En el informe del Comité Mixto de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre medicina del trabajo (1984) definen los factores psicosociales en el trabajo son complejos y difíciles de entender, dado que representan el conjunto de las percepciones y experiencias del trabajador y abarcan muchos aspectos. Algunos de estos se refieren al trabajador individualmente, mientras que otros están ligados a las condiciones y al medio ambiente de trabajo.

Para la OIT y la OMS los factores psicosociales en el trabajo consisten en interacciones entre el trabajo, su medio ambiente, la satisfacción en el trabajo y

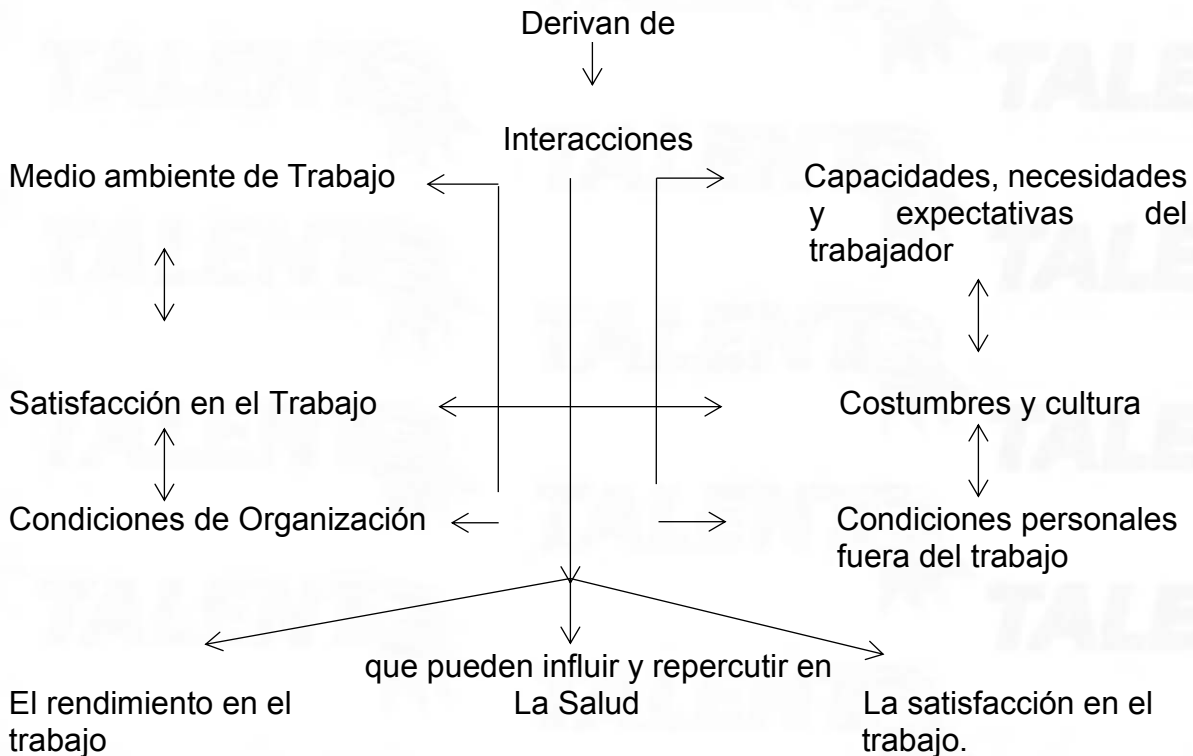
las condiciones de su organización, por una parte, y por otra, las capacidades del trabajador, sus necesidades, su cultura y su situación personal fuera del trabajo, todo lo cual, a través de percepciones y experiencias, pueden influir en la salud y en el rendimiento y la satisfacción en el trabajo.

(OIT, 1997) proponen que el lugar de trabajo debe ser uno de los principales espacios para la promoción de la salud.

Un ambiente de trabajo saludable no sólo contribuye a la salud de los trabajadores, sino también a la productividad, la motivación laboral, la satisfacción en el trabajo y la calidad de vida en general.

En el siguiente diagrama Valencia y Largo (2021) presentan un conjunto de factores humanos del medio ambiente de trabajo que están en continua interacción dinámica.

### Factores Psicosociales en el Trabajo



Fuente: Valencia y Largo (2021)

En relación con lo señalado, es posible inferir que los factores psicosociales

son complejos y variables, pudiendo afectar al trabajador de manera

individual, ya que depende de la percepción y experiencias de cada uno. Lo que sí es importante es que el ambiente de trabajo debe ser saludable ya que esto contribuye con la productividad, la motivación laboral, la satisfacción en el trabajo y la calidad de vida; esto está relacionado con la estabilidad que pueda tener el individuo en el trabajo, el cual se vio afectado en el periodo transcurrido desde el 2020 a la actualidad; donde se vivió la pandemia por Covid-19 y luego el proceso post pandémico.

### **Post Pandemia**

Desde el año 2020 la humanidad está viviendo la crisis de salud más grande de esta época. El coronavirus (COVID 19) desde el año 2020, se ha vuelto el protagonista de periódicos, noticieros, internet e incluso, de las conversaciones cotidianas. Sin duda alguna, este virus cambió la forma en que las personas se relacionan entre sí, durante los primeros meses muchas naciones tomaron la decisión de mantener en confinamiento a las personas para detener el contagio del virus, solo las empresas del sector

prioritario laboraban bajo ciertas condiciones.

Desde el comienzo de la pandemia en el primer trimestre del 2020, las organizaciones han tenido que afrontar varios desafíos como el teletrabajo, la dispersión de trabajadores, las dificultades de comunicación, la gestión con socios externos, la reorganización de turnos, la adaptación de procesos, el rediseño de puestos y los nuevos protocolos de higiene.

La OIT en una publicación realizada en el 2020, señala lo siguiente:

Durante un brote como el de COVID-19, toda la población está sometida a niveles de estrés elevados que pueden tener efectos graves en la salud mental, especialmente en los casos en que se impone el aislamiento obligatorio en el hogar. Los trabajadores pueden verse afectados por los peligros psicosociales derivados de la incertidumbre presente y futura de la situación laboral o de los cambios en los procesos y disposiciones laborales. (pág. 19).

En sintonía con el texto anterior, podemos señalar que el estrés ocasionado por el aislamiento y el riesgo de contagio puede afectar la salud mental de los trabajadores, otro de los factores es la incertidumbre por la estabilidad laboral y los cambios que esto genere en las empresas para poder mantenerse operativas.

El año 2020 admitió como el año del teletrabajo, esto motivado a las circunstancias que obligaron a que gran parte de la población trabajadora pusiera la oficina en sus hogares y en un esfuerzo conjunto por parte de los trabajadores y de la organización se pudiese seguir con las actividades operativas. Esta modalidad, que en un principio se consideraba que podía llegar para quedarse por las múltiples ventajas que ofrece (mayor flexibilidad, ahorro de tiempo y reducción de costes, conciliación de la vida laboral y familiar, incremento de la productividad, etc.), parece que de momento retorna a la presencialidad.

La implementación del teletrabajo de manera acelerada trajo consecuencias negativas tanto para los trabajadores como para las empresas, dificultades

para separar el trabajo y la familia, pérdida de control sobre el trabajo, falta de sentimiento de equipo, problemas de aislamiento. Para Sara Gutiérrez, los efectos negativos sobre la salud de los trabajadores tanto por un elevado o escaso volumen de trabajo como las presiones de tiempo, las largas jornadas sin descanso suficiente, etc. son sobradamente conocidos. Estos casos se están dando actualmente en prácticamente todos los sectores, por lo que es un factor a evaluar y corregir.

Para algunas personas el teletrabajo resultó de gran ayuda y se adaptaron con facilidad, pero para otros la experiencia no resultó tan positiva, algunos aspectos que pueden favorecer la aparición de ansiedad y estrés están relacionados con la falta de materiales adecuados o tener que trabajar en un entorno físico inadecuado, la modalidad del teletrabajo se implementó de manera accidental como consecuencia de la pandemia, las organizaciones no tuvieron la oportunidad de capacitar al personal, es por ello que los resultados no fueron tan favorables para todos.



Separar y ajustar la vida personal y laboral es un reto que tenían las organizaciones, siendo esta una de las situaciones más difíciles debido a que muchos trabajadores han tenido que trabajar desde casa, teniendo que compartir espacios con familiares o compañeros de piso, asumiendo en muchos casos, la sobrecarga derivada del cierre de las escuelas, los servicios infantiles, los servicios de atención domiciliaria, los trabajadores domésticos, todo esto trae consecuencias negativas para la salud del trabajador.

Retornar a la oficina también puede ser generadora de estrés y ansiedad y 1 de cada 10 trabajadores se enfrentan a barreras psicológicas en su retorno, de acuerdo con un estudio que analiza la respuesta de las personas a incidentes de salud pública previos, como SARS, Chernóbil o el 11-S, y que explora qué motiva y frena a las personas a volver al trabajo.

Por otra parte, independientemente de la modalidad que la organización desee implementar bien sea presencial o en remoto, la pandemia ha dejado en la población trabajadora temores relativos

a perder el puesto de trabajo, a recortes de sueldos, despidos o beneficios reducidos, haciendo que se cuestione su futuro. Esta inseguridad laboral puede tener un impacto severo en la salud mental de los trabajadores, cuyo alcance todavía se desconoce.

Como hemos evidenciado el impacto que ha tenido la COVID-19 en la salud mental de las personas ha sacado a la luz la realidad de la gestión de los riesgos psicosociales que se ha estado llevando a cabo en las organizaciones. Sin embargo, los riesgos psicosociales no son algo nuevo que llegó de la mano de un virus. Podríamos decir que la psicología ha recibido el impulso para obtener la relevancia en la gestión preventiva acorde a la influencia que ejerce en las organizaciones, pero está claro que se debe aprovechar esta inercia y afrontar los nuevos retos que se presentan y que la pandemia ha adelantado en algunos aspectos.

La psicología ha tomado la importancia que merece dentro de las organizaciones para prevenir los riesgos psicosociales que puedan estar presentes en todo tipo de trabajo. Luego de la pandemia y el retorno a la

normalidad, la gerencia de talento humano el reto que tiene que afrontar es el retorno a dichas actividades de forma habitual y los efectos psicosociales que dejó la pandemia en los trabajadores.

En la guía gestión de los factores de riesgo psicosocial relacionados con la etapa post COVID-19, del Foment Treball Nacional (2021); proponen un modelo de intervención basado en 4 pilares de trabajo, a partir de los cuales se pueden desarrollar las distintas medidas preventivas:

1. **Liderazgo:** enfocado a establecer las bases de un liderazgo real adaptado a las necesidades y características de cada organización.
2. **Operativa:** orientado a la detección de oportunidades de mejora a nivel operativo que impactan en los riesgos psicosociales presentes.
3. **Aprendizaje/Conocimiento:** dirigido a generar aprendizajes a través de diferentes acciones, contribuyendo además a crear motivación y arraigo en el puesto de trabajo.

4. **Comunicación:** es un elemento transversal que impacta a todos los niveles de la organización. La comunicación organizacional es clave, ya que puede actuar como motor o inhibidor del cambio en el área psicosocial.

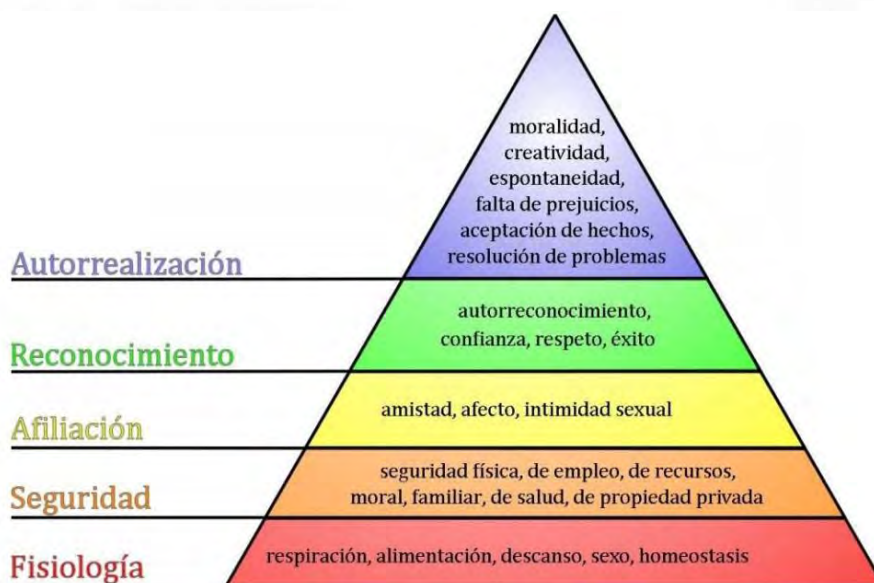
La implementación de estos 4 pilares de trabajo en las organizaciones, son herramientas de gran apoyo para los profesionales encargados de la salud y seguridad del personal que labora en las organizaciones, es importante revisar continuamente los riesgos psicosociales que se puedan presentar y así tomar establecer las estrategias acordes a la realidad del momento. Es en este ámbito que la comunicación juega un papel importante para establecer las estrategias necesarias y minimizar lo máximo posible los riesgos detectados.

Los líderes que están a cargo de la gestión de talento humano necesariamente deben estar en constante actualización profesional y las organizaciones están conscientes de ello, de los beneficios que aporta para la empresa que los empleados se

sientan en un ambiente laboral en buenas condiciones.

Harriet Conde en su trabajo titulado Riesgos Psicosociales y La Covid 19. Presente y Futuro, cita a Maslow, A. (1943), formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas, afirma que la satisfacción de las necesidades más básicas, desarrolla

en los seres humanos sus deseos más elevados; postula la tendencia humana básica hacia la salud mental, dentro de la jerarquización de las necesidades del ser humano, la clasifica como parte de la necesidad de seguridad y protección, tal como se evidencia en la pirámide de necesidades elaborada por el estudioso de la psicología humanista, a saber:



“A Theory of Human Motivation de 1943”- Fuente: Conde (2020)

- Seguridad física (un refugio que nos proteja del clima), de salud (asegurar la alimentación futura), de empleo (desarrollo de la personalidad, obtención de recursos económicos – poder adquisitivo).
- Seguridad de recursos (disponer de la educación, transporte y sanidad necesarios para sobrevivir con dignidad).
- Necesidad de proteger tus bienes y tus activos (casa, dinero, auto, etc.).

En concordancia con la teoría de Maslow, las necesidades de seguridad provocaron en las personas ansiedad y estrés durante la pandemia y post pandemia, esto por el temor de contagiarse y ver afectada su salud, el temor de perder el empleo y perder el sustento de su familia; es sabido que el ser humano se encuentra constantemente en la búsqueda de su bienestar holístico, para poder mantener un equilibrio en cuanto al cubrimiento de sus necesidades; la inestabilidad que trajo consigo la llegada del Covid y su posterior confinamiento, generó un desequilibrio en el deseo de bienestar y en la salud psicosocial de muchas personas, por eso es necesario describir y abordar estos riesgos para obtener el mejor desempeño en el ámbito laboral del talento humano.

## **REFLEXIONES**

Desde la gerencia de talento humano y las organizaciones, es importante dar una nueva visión a la evaluación de riesgos psicosociales, priorizando los efectos que estos generan en los trabajadores y que influyen en la salud y a su vez en el desempeño laboral de

los mismos, en cuanto al tiempo transcurrido durante la pandemia se experimentaron situaciones cargadas de estrés y ansiedad por parte de los empleados generado por el temor al desempleo o a un posible contagio.

Esta situación generó la implementación de cambios apresurados a causa del confinamiento, una reactivación de las actividades mediante el teletrabajo para no exponer al trabajador, que a su vez ocasionó consecuencias negativas en algunos casos, la falta de adiestramiento, no contar con un ambiente adecuado para trabajar y la convivencia familiar, causó en ellos estrés laboral y ansiedad.

Es trascendental que las organizaciones formen líderes positivos enfocados en las necesidades de la organización, que desarrollen la capacidad de detectar los posibles riesgos psicosociales que pudiera enfrentar la organización, para ello la empresa debe convertirse en una institución con valores integrales y holísticos; conscientes que la humanidad está sujeta a cambios constantes a los cuales se puede



adaptar con facilidad siempre y cuando se tenga un pensamiento flexible y estratégico.

Dado a que el talento humano constituye un recurso valioso para éxito organizacional es clave que se consideren estos factores de riesgo y su afrontamiento para mejorar el clima laboral desde el punto de vista de la motivación como reducción de factores que afecten la salud mental del individuo como producto del estrés laboral originado por el retorno al ambiente de trabajo posterior al confinamiento a causa del Covid-19.

## REFERENCIAS

Álvarez Duque, V. (01 de 07 de 2019). Foro Recursos Humanos. Recuperado el 04 de 01 de 2022, de <https://www.fororecursoshumanos.com/el-exito-de-la-gerencia-depersonas-una-cuestion-de-estrategia/>

Campos Roberto, Montalvan Jannina, Avilez Pedro (2020) Conflictos psicosociales Post COVID19. Polo del Conocimiento; Revista Científico-Académica Multidisciplinaria ISSN: 2550-682X de, <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1672/3189#>

Chiavenato Idalberto (2009) GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Tercera edición. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. ISBN 978-970-10-7340-7

disponible en: <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento%20humano%203ra%20ed.pdf>

DESSLER, GARY y VARELA JUÁREZ, RICARDO Administración de recursos humanos. Enfoque latinoamericano PEARSON EDUCACIÓN, México, 2011 ISBN: 978-607-32-0249-7 Área: Administración. Disponible en: <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1558/Administraci%c3%b3n%20de%20recursos%20humano.s.pdf?sequence=1&isAllowed=>

Foment Treball Nacional (2021) Guía Gestión de los factores de riesgo psicosocial relacionados con la etapa post COVID-19 [https://www.prevencionintegral.com/sites/default/files/noticia/514459/field\\_adjuntos/20220120155525.pdf](https://www.prevencionintegral.com/sites/default/files/noticia/514459/field_adjuntos/20220120155525.pdf)

Grupo de Investigación en Diversidad, Equidad y Trabajo (GIDET).(2020) Mundo del trabajo: delineando la agenda postpandemia. 1ra ed. Valencia, Venezuela. 2020 [https://www.researchgate.net/profile/Igor-Bello/publication/350334073\\_Mujer\\_COVID-19\\_y\\_Teletrabajo/links/605a8a8a458515e83467ef4d/Mujer-COVID-19-y-Teletrabajo.pdf#page=142](https://www.researchgate.net/profile/Igor-Bello/publication/350334073_Mujer_COVID-19_y_Teletrabajo/links/605a8a8a458515e83467ef4d/Mujer-COVID-19-y-Teletrabajo.pdf#page=142)

Oficina Internacional del Trabajo Ginebra Factores Psicosociales en el Trabajo: Naturaleza, incidencia y prevención, Informe del Comité Mixto OIT-OMS sobre Medicina del Trabajo, novena reunión Ginebra, 18-24 de septiembre de 1984 <http://www.factorpsicosociales.com/wp-content/uploads/2019/02/FPS-OIT-OMS.pdf>

Organización Internacional del Trabajo (2020) Frente a la pandemia: garantizar la seguridad y salud en el trabajo – Ginebra: OIT, 2020. ISBN: 978-92-2-133155-1 (impreso) ISBN: 978-92-2-133156-8 (web pdf). Disponible en: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_protect/---protrav/---safework/documents/publication/wcms\\_742732.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---safework/documents/publication/wcms_742732.pdf)

Riesgos relacionados con la psicología. Factores psicosociales (2015). Disponible en: <https://riesgoslaborales.saludlaboral.org/portal-preventivo/riesgos-laborales/riesgos-relacionados-con-la-psicosociologia/factores-psicosociales/>

Tello Patiño Génesis Jamileth (2021) Factores psicosociales y el estrés laboral post pandemia en el personal sanitario. Universidad ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ- Ecuador. Disponible en: <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3353/1/Tesis%20-%20G%c3%a9nesis%20Jamileth%20Tello%20Pati%c3%b1o.pdf>

Toro Álvarez Fernando Londoño María Eugenia Sanín Posada Alejandro Valencia Jáuregui Mónica (2010) MODELO ANALÍTICO DE FACTORES

PSICOSOCIALES EN CONTEXTOS LABORALES; Centro de investigación en Comportamiento Organizacional, Disponible en : <http://revista.cincel.com.co/index.php/RPO/article/view/106/105#>

Uribe Jesús (2014) Clima y ambiente organizacional: trabajo, salud y factores psicosociales D.R. © 2015 Universidad Nacional Autónoma de México Ciudad Universitaria, Delegación Coyoacán, C.P. 04510, México D.F. ISBN UNAM: 978-607-02-5777-3 (Versión impresa) ISBN UNAM: 978-607-02-5803-9 (Versión electrónica) Fecha de edición: 31 octubre de 2014. Disponible en: <https://www.dheducacion.com/wp-content/uploads/2019/02/Clima-y-ambiente-organizacional.pdf>

Valencia Cano Laura María y Largo Cardona Zascha Estefanía (2021) Riesgo psicosocial derivado del reintegro laboral post Covid-19. Universidad Católica de Manizales, Colombia. Disponible: [https://repositorio.ucm.edu.co/bitstream/10839/3544/1/Riesgo\\_psicosocial\\_derivado\\_reintegro%20\\_aboral\\_post\\_Covid\\_19.pdf](https://repositorio.ucm.edu.co/bitstream/10839/3544/1/Riesgo_psicosocial_derivado_reintegro%20_aboral_post_Covid_19.pdf)

## THE VENEZUELAN STOCK MARKET AS A FINANCIAL INVESTMENT ALTERNATIVE

María Machado y Daniel Máltese

### Summary

The Venezuelan stock market and the resurgence that it has been showing in the last two years, makes it once again an alternative for financial support and investment despite being classified as a risk investment. In this documentary-type investigation, the objective is, first of all, to highlight the role played by the different economic agents within this market and, in turn, to evaluate the importance of: what it consists of, why this alternative is an option protection against the devaluation of the bolivar and the effects of inflation and profitability that this can generate in the short, medium and long term. Finally, point out the requirements and steps to follow to operate in this market. Keywords: Stock market, devaluation, inflation and profitability.

### EL MERCADO DE VALORES VENEZOLANO COMO UNA ALTERNATIVA DE INVERSIÓN FINANCIERA

### RESUMEN

El mercado de valores venezolano y el resurgimiento que ha venido manifestando en los últimos dos años, hace que nuevamente se convierta en una alternativa de respaldo financiero e inversión a pesar de catalogarse como una inversión de riesgo. En esta investigación de tipo documental, se tiene como objetivo en primer lugar, resaltar el rol que juegan los diferentes agentes económicos dentro de este mercado y, a su vez evaluar la importancia sobre: en qué consiste, por qué esta alternativa es una opción de resguardo ante la devaluación del bolívar y, los efectos de la inflación y rentabilidad que esta puede generar a corto, mediano y largo plazo. Por último, señalar los requisitos y los pasos a seguir para operar en este mercado.

**Palabras clave:** Mercado de valores, devaluación, inflación y rentabilidad.

### INTRODUCCIÓN

El entorno macroeconómico de Venezuela actualmente se caracteriza por una crisis económica y política que ha afectado gravemente el país en los últimos años, donde algunos de los factores que más influyen son la

recesión, escasez de bienes, deuda externa e inflación. Tras toda esta inestabilidad económica existente en el país, surge una apertura económica que genera interés en algunos inversores, el mercado de valores, el cual funciona como una herramienta

necesaria para que los oferentes y demandantes puedan invertir o transferir recursos esperando obtener un beneficio por el mismo y las entidades partícipes en dicho mercado recibirlas, facilitando así el flujo de capitales ante las restricciones crediticias existentes en el área bancaria y esperando generar un beneficio para sus inversores.

De igual forma, se muestra si este tipo de inversiones pueden generar rentabilidad, el cómo se pueden verse afectadas antes ciertas inestabilidades económicas y además, teniendo también como objetivo resaltar las consideraciones más importantes que se deben de tomar en cuenta antes de comenzar a operar en el mercado de valores.

### **Inversión financiera**

Las inversiones financieras permiten obtener beneficios económicos a través de un activo, según López (2021) define la inversión como: “una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo” (p. 18). De acuerdo con esto, la inversión financiera es una forma de aprovechar

diferentes activos para obtener beneficios económicos a lo largo del tiempo. Esto implica colocar dinero en acciones, bonos y fondos mutuos, entre otros, con el objetivo de alcanzar metas financieras.

El mercado de valores es una parte esencial de la economía, ya que, permite a los inversores comprar y vender mayormente bonos y acciones de empresas que cotizan dentro de la bolsa. Cardozo (2019) indica que:

... El mercado de valores, por su parte, está compuesto por una serie de participantes que ofrecen una variedad de productos financieros (compran y venden acciones e instrumentos de deuda) que incentivan el ahorro interno y las fuentes de capital para las empresas e instituciones (p. 291).

El mercado de valores funciona al permitir que compradores y vendedores negocien a un precio determinado, con el objetivo de obtener ganancias de la diferencia entre los precios de compra y venta. Comprender cómo funciona este sistema puede ayudar a los inversores a tomar decisiones informadas al invertir.



## **La inversión en el mercado de valores nacional**

A pesar de ser un sistema fundado hace muchos años, la inversión en el mercado de valores venezolano no es un tema generalmente conocido en la población venezolana, que ha optado por muchos años en las inversiones en activos fijos, bienes inmuebles y esto se ha convertido en algo común, siendo preferibles las inversiones de mayor confianza para desarrollar un patrimonio estable. Sin embargo, debido a la situación económica del país, invertir en el mercado de valores se ha convertido para algunos en otra opción de resguardo e inversión. Al invertir en el mercado de valores, se contribuye al crecimiento económico nacional, ya que, las empresas cotizadas pueden captar recursos para expandirse.

Las opciones para invertir en este mercado son muy amplias, para comenzar a comprender cómo funciona este mercado puede hacerse énfasis en los tipos de inversiones más comunes de este sector, el cual, se compone principalmente en instrumentos de renta variable y renta

fija. Según Alvear et al. (2014) los define de la siguiente manera:

... El mercado de renta fija hace referencia a aquellos mercados en los que se negocian activos financieros de deuda emitidos por los estados, organismos y entidades públicas y por empresas privadas...Por otro lado, la renta variable se da en las inversiones en donde no se conoce de antemano cuáles serán los flujos de renta que generarán (los cuáles incluso pueden llegar a ser negativos) (p. 5-8).

Dentro de la bolsa de valores los instrumentos de renta fija en su mayoría están representados en bonos, y los de renta variable por acciones que no son más que títulos de valores, dentro de este mercado de renta variable se encuentra el índice bursátil de Caracas, la cual, es un indicador que refleja la variación promedio de los precios de las acciones que cotizan en la Bolsa de Valores de Caracas. De las inversiones más comunes que participan, se puede mencionar a las empresas más conocidas, entre ellas se encuentran: BNC (Banco Nacional de Crédito), Banco Provincial, CANTV, SIVENSA, Envases Venezolanos, EFE, entre

otras. En cuanto al cómo funcionan las inversiones en bonos se debe comprender primeramente que, estos son valores de deuda que utilizan las empresas para captar recursos, Ortiz (2016) expresa que, las inversiones en bonos, “representan colocaciones de dinero sobre las cuales una entidad espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición” (p. 410), en este tipo de inversiones el inversionista juega un papel de prestamista y el producto financiero denominado “bono” garantiza al inversionista el reembolso de su inversión y un beneficio.

A diferencia de los bonos, las acciones son títulos de valores-representativos. Da Conceição, (2021) sostiene que, las acciones “pueden considerarse títulos de propiedad que confieren a sus titulares la participación en la sociedad de la empresa” (p. 424), éstas representan una parte del capital social que conforma a una empresa o entidad y la inversión en estos títulos son uno de los tipos de inversiones más comunes. Al invertir en estos títulos el

inversionista se vuelve propietario de una parte de dicha sociedad y, por lo tanto puede gozar de los beneficios que conlleva ser accionista, uno de ellos es el decreto de dividendos y su beneficio dependerá de la rentabilidad que haya tenido la empresa y de la cantidad de acciones de la que sean propietarios. Cabe destacar que el valor de las acciones de una entidad que cotiza en una bolsa de valores cambia constantemente y dependerá de las distintas variables como factores económicos, estabilidad política, tipos de interés, los flujos de liquidez o la influencia del mercado internacional.

### **Características de las inversiones en bonos y acciones**

El mercado de valores es un medio particular que por distintos factores conocer el tipo de inversión que se quiera realizar es muy importante, ya que, de esto también va a depender la rentabilidad que se pueda esperar, los riesgos a considerar, los plazos de tiempo, y los pro y contras que pueda tener cada tipo de inversión, para el caso de los bonos o acciones.

Las inversiones en bonos tiene distintas consideraciones a tomar en

cuenta y pueden variar dependiendo del tipo, pero una de las cualidades en general que debe prevalecer en el inversionista al momento de adquirirlo es que el dinero devuelto al comprador del bono, será por el valor nominal del mismo más los intereses; también es importante resaltar que los bonos pueden ser negociados en mercados secundarios de manera que su precio de cotización puede variar. Resaltando los aspectos básicos de las inversiones en bonos, dentro de sus tipos pueden encontrarse en un mercado de valores, según Sevilla (2015) de la siguiente manera:

**Bonos del estado:** los emite el estado con la finalidad de financiar grandes proyectos o presupuestos generales del estado.

**Bonos Corporativos:** los emiten las empresas con el objetivo de obtener financiamiento mediante otra alternativa distinta a la banca privada. (p. 1)

Independientemente de quién sea el emisor de un bono, se debe tener en cuenta el plazo de tiempo, los beneficios que ofrezca y sus variaciones, por ejemplo, existen tipos de bonos que prometen un tipo de interés anual, otorgando al tenedor del

mismo cierta rentabilidad cada cierto plazo de tiempo mientras que existen otros como los “bonos cupón cero” que no genera ningún tipo de ganancia sino hasta su fecha de expiración. Por lo tanto, es importante considerar todos estos aspectos antes de invertir para que el comprador pueda adquirir este instrumento de renta fija de acuerdo a las expectativas que tenga el mismo a la hora de invertir. A su vez, en Venezuela los bonos del estado son instrumentos de políticas monetarias para esterilizar la liquidez monetaria. Sin embargo, el estado no emite bonos desde el año 2017 debido a un default.

En el caso de las acciones, las inversiones otorgan a los inversores derechos económicos, estos se refieren a la posibilidad de percibir dividendos y a la revalorización de las acciones. Como señala Linares et al (2016):

... La rentabilidad que podemos esperar de la posesión de acciones viene dada por dos conceptos fundamentales: la plusvalía y los dividendos. La plusvalía es el beneficio obtenido por la venta de los valores. Refleja por tanto la diferencia del

valor al que compró y al que vendió (en términos positivos). Para el caso de los dividendos, la posesión de acciones por parte de una persona le proporciona el derecho de recibir una cantidad de dividendos proporcional a los títulos poseídos (p. 12).

Cabe considerar que, se debe tener en claro que los beneficios que se puedan obtener por ser accionista van a depender de las políticas de la empresa de las cuales se tenga parte de un capital social, los decretos de dividendos pueden ser en forma de efectivo o en acciones y la rentabilidad de la misma va a depender de las ganancias o pérdidas que tenga la empresa durante su ejercicio económico.

### **Riesgos de inversión en el mercado de valores**

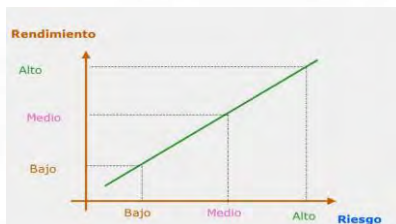
El mercado de valores puede resultar una alternativa de inversión con sus diferentes ventajas y desventajas dependiendo de los objetivos de cada inversor que pueden verse afectados por diferentes factores como: riesgo de inflación, riesgo político o riesgo regulatorio, la cual, son denominadas como capitales riesgosos. Desde el

punto de vista de Cortes (2018) define el riesgo de mercado:

... Es el riesgo provocado por imprevistos que inciden en el valor de los activos. En otras palabras, es la posibilidad (que puede gestionarse pero no evitarse) de obtener una rentabilidad inferior de la esperada. Los factores que lo determinan son múltiples y pueden combinarse entre sí y tener distinto peso, entre otras cosas, en función del tipo de operación efectuada (p. 123).

Por consiguiente, el riesgo de mercado es proporcional al rendimiento y es uno de los factores a considerar en toda inversión, por lo tanto es importante tener en claro que tanto las inversiones de renta fija y variables de este mercado tienen la posibilidad de tomar un giro inesperado. Desde esta perspectiva Grado (2007), resalta: “Nadie puede buscar un mayor rendimiento sin tener que asumir más riesgos” por esto, de acuerdo al comportamiento del mercado la rentabilidad siempre va a ser proporcional al riesgo, por lo tanto; acciones de mayor rentabilidad siempre van a tener un riesgo más elevado y viceversa.





Fuente: Grado, 2007.

Por consiguiente, se presenta un análisis de riesgo de 4 entidades que cotizan dentro de la Bolsa de Valores de Caracas, para este análisis se toma en consideración la variación total del precio de las acciones de dichas

entidades durante el primer semestre del año 2023, expresando porcentualmente el riesgo aproximado de inversión durante este lapso de tiempo:

### Fórmula para calcular el riesgo:

$$\delta^2 = \frac{\sum (x-\mu)^2}{n}; \quad \delta^2 = \frac{x-\mu^2}{n}; \quad \delta = \sqrt{\delta^2}$$

	Razón social	% var.	var- $\mu$	Riesgo	
<b>Población n = 4</b>	ENVASES VENEZOLANOS, S.A (ENV)	325,60	225,23	50.726,30	<b>RIESGO=ERROR ESTANDAR (%)</b>
	CORIMON, C.A (CRMa)	5,40	94,98	9.020,25	
	FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS SACA CLASS B (FVib)	36,30	64,08	4.105,61	
	BANCO PROVINCIAL, S.A (BPV)	34,20	66,18	4.379,13	
	total	401,50	0,00	68.231,29	
	$\mu$ (media aritmética) = (total/población)	100,38			261,21

En resumen, es importante destacar que, para efectos de información financiera el riesgo de inversión se

expresa en términos de porcentaje, este representa la posibilidad de pérdida o fluctuación del capital

invertido. De acuerdo a los resultados del análisis obtenido; se arroja un porcentaje de riesgo del 261,21% para el primer semestre del año 2023. Un riesgo de inversión superior al 100% significa la posibilidad de perder toda la inversión inicial o incluso más. Este tipo de riesgo se asocia con inversiones muy volátiles, como las acciones bursátiles. Para gestionar el riesgo de inversión, es importante tener en cuenta el perfil del inversor, el horizonte temporal, la diversificación de la cartera o los límites de ganancia. Algunas inversiones de bajo riesgo son los certificados de la tesorería, los bonos, las cuentas de inversión bancaria o los seguros de ahorro; estas inversiones son más seguras, pero producen menores ganancias que las inversiones de alto riesgo.

### **Indicadores del mercado**

Para iniciar en el mercado bursátil, se debe identificar primeramente en qué etapa se encuentra la empresa de acuerdo a su productividad, el desenvolvimiento de acuerdo a la rentabilidad y competitividad dentro del mercado, con el fin de determinar el mejor momento para invertir, tomando en cuenta los diferentes factores que

influyen. Los índices que se utilizan para medir el comportamiento del mercado (Fradique, 2014) “constituyen un mecanismo que puede ser utilizado para identificar la percepción del mercado frente al comportamiento de los valores inscritos en bolsa de valores y de la economía en general” (p. 30).

Los indicadores de mercado se crean a partir del análisis de los números máximos que han alcanzado las empresas y, se relacionan con los nuevos mínimos creados, esto se puede interpretar como expansión de mercado cuyo propósito es indicar la tendencia general de hacia dónde se dirigen. Los dos tipos más comunes de indicadores (Mateu, José, s.f) son:

**Ancho del mercado:** Aquí se comparan el número de acciones que se mueven en una misma dirección con tendencia mayor.

**Dirección del mercado:** Los indicadores comparan precio y volumen con el fin de ver si los inversores son alcistas o bajistas en el mercado general (p. 55).

Los indicadores de mercado permitirán mediante una serie de diferentes puntos de valores que reflejan datos para obtener una conclusión, es por ello que, Cárdenas (2020), concluye que:

... Los índices son usados principalmente como un modelo en donde se puede identificar el comportamiento de las empresas y de la economía, también es una base para la determinación de portafolios de inversión, como referencia del desempeño generado en las empresas y nos permite evaluar los riesgos del mercado (p. 55).

Asimismo, los índices son usados principalmente para determinar su comportamiento (mejores acciones, precios de circulación dentro del mercado, rendimiento...), pero se deben de tomar en cuenta otros aspectos relacionados como los factores económicos; este se ve afectado a través del producto interno bruto PIB, a través de este se refleja la riqueza que está obteniendo el país con base a lo que produce y vende dentro y fuera del mismo.

### **Beneficio económico**

El mercado de valores pretende darle viabilidad al sector privado con la posibilidad de atraer ingresos y contribuir en el proceso evolutivo e incrementar su liquidez y acceder a mejores fuentes de financiamientos. En este aspecto (Cárdenas, 2020) expone:

“Los beneficios que se podrán establecer en el mercado bursátil dependen de los factores que están afectando el contexto social, económico y político del país” (p. 57). Al una empresa participar en la bolsa brinda la transparencia y confiabilidad debido a los requisitos regulatorios que los obligan a rendir cuentas a las autoridades y accionistas. Invertir en este mercado, es apostar a la inversión a largo plazo de las empresas que cotizan a pesar de las crisis que hayan atravesado y generar un flujo importante y permanente.

Dentro de las diferentes oportunidades de acuerdo a (López, 2021) se encuentran:

#### **Fuente de capitalización:**

Permite que los individuos y empresas intercambien capitales y transfieran recursos con fines productivos. Una mayor participación de entidades en el mercado podría dar como resultado una actividad empresarial más productiva, traduciéndose en beneficios económicos.

**Rendimiento de inversiones:** Mientras que las empresas puedan beneficiarse de una oferta pública, los inversionistas individuales tienen acceso

lucrativo mediante las acciones que posean siempre y cuando la empresa funcione correctamente. De igual manera, si se invierte en instrumentos que le generen retornos de manera constante, habrá disposición de elevar o mantener su consumo.

**Apoyo a la economía local:** El mercado de valores permite beneficiar por una parte al que desea invertir para obtener rendimiento y a otro que requiera de financiamiento (p. 66).

A pesar de los beneficios que se puedan obtener al invertir, este es un mercado impredecible siempre se podrá ganar o perder, es por ello que, se debe ir experimentando su funcionamiento para las mejores tomas de decisiones.

### Análisis de rentabilidad de inversión en el mercado de valores

Para demostrar la rentabilidad de invertir en el mercado de valores, se relacionan como principal aspecto el valor de 4 entidades de acciones que cotizan dentro de este mercado y el rendimiento que ha tenido cada una de ellas en el primer semestre del año 2023, representando los incrementos de las mismas en la moneda de legal circulación y expresándose en porcentaje, teniendo en consideración valores máximos y mínimos que alcanzaron dentro de ese lapso de tiempo, debido a que son datos de interés para los posibles inversionistas.

RAZON SOCIAL	PRECIO EN BS				RENDIMIENTO	
	AI 30/06	AI 01/01	Valor Max.	Valor min.	Bs	%
ENVASES VENEZOLANOS, S.A (ENV)	8,30	1,95	8,58	1,85	6,35	325,6
CORIMON, C.A (CRMa)	3,32	3,15	3,55	2,41	0,17	5,4
Fondo de Valores Inmobiliarios SACA Class B (FVlb)	8,14	5,97	9,76	5,45	2,17	36,3
BANCO PROVINCIAL, S.A (BPV)	8,83	6,58	9,50	5,27	2,25	34,2

En efecto, todas las entidades analizadas presentan un incremento en el valor de las mismas unas con un

mayor rendimiento que otras. Pero, en este punto es importante resaltar y profundizar los factores que influyen



específicamente en el comportamiento de las acciones, a continuación se definen algunos de ellos:

- Resultados financieros del ejercicio: Los resultados financieros de una empresa, como sus ingresos, utilidades, márgenes de ganancia y crecimiento, pueden tener un impacto significativo en el valor de sus acciones. Si una empresa reporta buenos resultados financieros, es probable que sus acciones aumenten de valor, y viceversa.
- Noticias y perspectivas de crecimiento: Las noticias como fusiones y adquisiciones, nuevos proyectos, contratos importantes o litigios, pueden influir en el valor de las acciones de una empresa. Estos eventos pueden afectar la percepción de los inversionistas sobre la empresa y su potencial de crecimiento.
- Condiciones económicas y del mercado: Las condiciones económicas generales, la inflación, las tasas de interés y la estabilidad política, pueden tener un impacto en el valor de las acciones en general. Además, las condiciones específicas del mercado en el que opera la empresa, como la demanda de sus productos o servicios, la competencia y la regulación.
- Sentimiento del mercado: La confianza en el mercado también pueden afectar el valor de las acciones de una empresa, a mejor percepción mayor posibilidad de aumentar la demanda y por lo tanto el precio.
- Política monetaria y fiscal: Las decisiones de política monetaria y fiscal de los gobiernos y bancos centrales pueden influir en el valor de las acciones. (cambios en las tasas de interés o políticas de estímulo económico)
- Dividendos y recompra de acciones: Si una empresa declara dividendos atractivos o

lleva a cabo recompras de acciones, esto puede aumentar la demanda de las acciones y, en consecuencia, su valor.

Estos son algunos de los principales factores que influyen en el comportamiento de las acciones de una entidad que cotiza en el mercado, para comprender de mejor manera cómo influyen los mismos se plantea el siguiente ejemplo:

Suponiendo que, una empresa tecnológica ha lanzado recientemente un producto innovador que ha recibido excelentes críticas y se espera tenga una gran demanda en el mercado.

Esto genera expectativas de crecimiento y aumenta la confianza de los inversionistas en el futuro de la empresa dando como resultado que, la demanda de las acciones de la empresa aumenten, lo que conlleva a un incremento en su valor en el mercado.

Asimismo, se puede comprender fácilmente cómo estos factores influyen en el mercado, pero para poder profundizar aún más en este análisis, se presenta a continuación un cuadro comparativo de la rentabilidad de invertir en acciones vs la rentabilidad de invertir en divisas (tomando el dólar americano como referencia).

Ya que, en Venezuela se ha fomentado una cultura de invertir en dólares para que la economía de las personas no se vea afectada por los efectos de la inflación.

Por consiguiente, se plantea la rentabilidad que pudo haber esperado un inversionista si hubiese realizado una inversión a principio del año 2023 en acciones de las entidades evaluadas y la que pudo haber esperado de realizar la misma inversión en dólares, para el planteamiento se utilizaron las tasas de cambio oficiales (Bs x \$) al 01 de enero (17,27Bs x \$) y al 30 de junio (27,85Bs x \$):

Caso de análisis: Inversión de 100 Bs al 01-01-2023							
RAZON SOCIAL	Rendimiento de inversión en acciones			Rendimiento de inversión en \$			Inversión más rentable
	Cantidad de Acciones adquiridas con 100Bs.	valor (Bs) al 30/06	Ganancia o Pérdida (Bs)	Divisas adquiridas con 100Bs al 01/01 (\$)	valor de las divisas adquiridas al 30/06 (Bs)	Rendimiento de la inversión (Bs)	
ENVASES VENEZOLANOS, S.A (ENV)	51,3	425,6	325,6	5,79	161,26	61,3	ACCIONES
CORIMON, C.A (CRMa)	31,7	105,4	5,4	5,79	161,26	61,3	\$
FONDO DE VALORES INMOBILIARIOS SACA CLASS B (FVib)	16,8	136,3	36,3	5,79	161,26	61,3	\$
BANCO PROVINCIAL, S.A (BPV)	15,2	123,7	23,7	5,79	161,26	61,3	\$

Concretamente, se puede apreciar que en 3 de 4 casos tomados en esta muestra, el realizar una inversión en divisas es más rentable o seguro, pero antes de concluir en que es más rentable la inversión en divisas se debe de tomar en consideración de que para efectos de este análisis solo se tomó en cuenta en valor de las acciones y el valor de las tasas de cambio, dejando de un lado otros posibles beneficios que pueda tener el inversionista en ese lapso de tiempo, como podría ser el

caso de: un decreto de dividendos en efectivo, la cual, representa un ingreso para el accionista o inversionista y, no se ve del todo afectado por las variaciones de precios en las acciones de esa empresa, sino mayormente por los resultados obtenidos en el ejercicio u otros beneficios como dividendos decretados en acciones.

### ¿Cómo la pérdida de valor del bolívar afecta la inversión?

En un mercado de valores puede verse afectado por muchos factores

económicos internos y externos que afectan al mismo, una de las cosas que puede generar duda al invertir en las partes interesadas es: el impacto que pueda tener la devaluación de la moneda local en este mercado. Arias (2020) Define la devaluación de la siguiente manera, “La devaluación es la pérdida de valor de una moneda con respecto a otra” (p. 11), es fundamental tener en cuenta que el mercado de valores venezolano a pesar que cotizarse en la moneda de curso legal (Bolívares), el rendimiento del mismo también está sujeto indirectamente a la variación del dólar. Desde agosto de 2018 mediante un anuncio, el ejecutivo nacional comunicó que el valor del bolívar soberano en el mercado de valores venezolano está anclado al valor del Petro, que a su vez está anclado al valor del dólar estadounidense.

No obstante, no se considera que este mercado se encuentre indexado al dólar, ya que, las transacciones en la Bolsa de Valores de Caracas se siguen realizando en bolívares soberanos (moneda oficial), si es cierto que algunas empresas cotizan en la bolsa

han optado por utilizar el dólar como referencia para sus estados financieros debido a la situación económica del país, pero esto no significa que el mercado de valores venezolano esté indexado al dólar, además de que el comportamiento de este mercado depende de muchos factores y la variación del dólar solo tiene un impacto limitado dentro del mismo, cabe destacar que, en los primeros 5 meses del año 2023 la moneda legal ha perdido un valor de alrededor de un 52,06% ante el dólar según los tipos de cambio publicados por el Banco Central de Venezuela.

### **Reflexiones**

Las finanzas están en constante evolución, es así como cada vez se evidencia un sinnúmero de activos en los cuales se pueden invertir y generar ganancias en diversos intervalos de tiempo o solamente resguardar un capital. Para algunos, la bolsa de valores de Caracas se ha convertido en una especie de refugio en medio de la crisis económica venezolana a pesar de que se ha visto afectada por el proceso de descapitalización, crisis generada en pandemia, la



hiperinflación y las devaluaciones en el país. A pesar de todo esto, para el inversionista el posible beneficio económico o resguardo de la inversión va a depender de todos los factores resumidos anteriormente tanto externos o a nivel macro o los factores internos o también llamadas variables específicas.

Finalmente, la inversión en el mercado de valores puede ser rentable para resguardar el capital o generar rentabilidad solamente en casos muy específicos, esto sucede primeramente por el alto riesgo que corre el inversionista al decidir apostar a este mercado (mostrado en las estadísticas del análisis de riesgo) y, además la rentabilidad o comportamiento que pueda generar cada entidad no son iguales y para poder operar en este mercado indiscutiblemente se debe tener un conocimiento al menos intermedio de cómo funciona el mismo y como se ve afectado debido a que en gran parte los resultados que se pueda esperar van a depender de los conocimientos del inversionista, el cual, debe saber interpretar los indicadores del mercado y mantenerse informado con el entorno que influye dentro de la

entidad donde hace su inversión para garantizar los resultados.

Por último, para el inversionista corriente no es confiable resguardar su inversión en el mercado de valores venezolano, se recomienda hacerlo optando por otros tipos de inversiones de menor riesgo, como el resguardo de capital en divisas, ya que, garantizan una rentabilidad menos influenciada por tantos factores como sucede en el caso del mercado de valores y mantiene un nivel de riesgo mucho más aceptable que el de invertir en acciones o bonos en una empresa venezolana.

## REFERENCIAS

- Alvear, A., Santacruz, C. A., Burbano, Cristian., Ceballos, Dayan., & Hernández, A. M. (2014). Mercado de renta fija y Mercado de Renta Variable. Banco Central de Venezuela |. (s/f). Banco de la República de Colombia (2018)
- Cárdenas Cano, A. S. (2020). Análisis del mercado bursátil como una alternativa de inversión en Colombia.
- Cardozo, Cororina (2019) El mercado de valores venezolano: una aproximación a su eficiencia (s/f)
- Cortés, Juan (2018) Clasificación de los riesgos.
- Da Conceição, F. N. (s/f). Inversiones en acciones: comenzar como un pequeño inversor.
- De La Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., & De La Hoz Suárez, A. (2009).

Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. Revista de ciencias sociales - Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

Degiro (2023) ¿Qué es un bono? (s/f). Fradique-Méndez, C. (2008). Guía del mercado de valores. Bogotá. Bolsa de Valores de Colombia y Banco Interamericano de Desarrollo, 250.

Grado, Á. R. (2007). El Mercado de Capitales como Alternativa de Inversión.

Guajardo, Gerardo (2002). Contabilidad financiera. Editorial Mc Graw Hill. Tercera edición. México.

Inflación ¿cómo afecta a los mercados financieros? (s/f).

Linares Laya, V. S., Velázquez Cardona, E. U., & Sánchez Méndez, A. (2016) Inversiones en acciones y fondos cotizados

López, Francisco (2021) Inversión Ortiz, Héctor (2016). Finanzas Básicas para no financieros

Real Academia Española (Ed) Diccionario de la lengua española 22a ed.

Sevilla Arias, Andrés (2020) Devaluación

Trías Ramos, G. F. (2014). Efectos del sistema de tipos de cambio fijos sobre la producción en Venezuela.

## **HUMAN CAPITAL MANAGEMENT AND ITS INFLUENCE ON INNOVATIVE ENTREPRENEURIAL FACULTY**

Angeles Brea, Keiner Lara y Yendrimar Hidalgo

### **Summary**

Human capital is the fundamental production factor within the organization of a company, stimulating the economic activity of a country and in turn generating wealth. Having mentioned this, this article aims to analyze the impact of human capital management on the innovative capacity of a company. The methodology responds to a descriptive research, whose purpose is: First, to describe the work carried out by the application of human capital in different areas of an organization, and thus know the implications of a competitive nature and economic development. Second, examine the behavior of companies when it comes to improving their innovative capacity using strategies related to the expansion and/or improvement of human capital. In this way, it is possible to conclude that, between human capital and business innovative capacity, there is a feedback effect and a direct relationship between both, with the changes reflected in new innovative dynamics that generate greater competitiveness and productivity. Keywords: Human capital, labor factor, innovation, business organization.

## **ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO Y SU INFLUENCIA EN LA FACULTAD INNOVADORA EMPRESARIAL**

### **RESUMEN**

El capital humano es el factor de producción fundamental dentro de la organización de una empresa, estimulando la actividad económica de un país y a su vez siendo generador de riqueza. Una vez mencionado esto, el presente artículo tiene como objetivo analizar el impacto de la gestión del capital humano en la capacidad innovadora de una empresa. La metodología responde a una investigación de carácter descriptivo, que tiene como propósito: Primero, describir la labor que desempeña la aplicación del capital humano en diferentes áreas de una organización, y así conocer las implicaciones de carácter competitivo y de desarrollo económico. Segundo, examinar el comportamiento de las empresas a la hora de mejorar su capacidad innovadora haciendo uso de estrategias referentes a la expansión y/o mejoramiento del capital humano. De este modo, es posible concluir que, entre el capital humano y la capacidad innovadora empresarial, existe un efecto de retroalimentación y una relación directa entre ambos, viéndose los cambios reflejados en nuevas dinámicas innovadoras que generan mayor competitividad y productividad.

**Palabras clave:** Capital humano, factor trabajo, innovación, organización empresarial.

## **INTRODUCCIÓN**

Para toda organización, el capital humano es un elemento esencial en la estructuración empresarial, esta representa cómo se desarrolla la sociedad, en términos de avances mediante la aplicación de un conjunto de habilidades, virtudes y experiencias que posee cada uno de los individuos al momento de ejercer la fuerza laboral. Por lo tanto, el crecimiento de la productividad será el resultado del valor agregado que genera una fuerza laboral calificada, capaz de adaptarse y evolucionar su conocimiento para que estos sean de provecho dentro de una empresa, con el fin de estimular la actividad económica. De esta manera se comprende que la estimulación de la economía, se debe en parte a la inversión destinada hacia el factor trabajo siendo este uno de los elementos claves del progreso, tanto empresarial como a nivel de la nación, arrojando resultados positivos a largo plazo que se traducen en crecimiento económico.

En concordancia a lo expresado anteriormente, se pretende llevar a cabo una investigación de tipo

documental en la que se desarrollará a detalle las distintas teorías relacionadas al capital humano y todo lo que implica el uso de este factor en la economía. Bajo el respaldo de razonamientos teóricos como el de Adam Smith, uno de los padres de la economía moderna, quien sentó las bases en el concepto del capital humano en La Riqueza de las Naciones, haciendo hincapié en el hecho de que toda economía se compone precisamente por las habilidades de los individuos que la integran. Cabe destacar, que el capital humano es fundamental para la innovación empresarial, fomentando la mejora continua de los procesos empresariales representando un papel importante en el éxito y la competitividad de una empresa en el mercado actual.

## **CAPITAL HUMANO: TRAYECTORIA, ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN**

El pensamiento económico ha dedicado diversos escritos en referencia al capital humano como un elemento crucial para el avance de una sociedad. El primer acercamiento a



dicho término por un economista clásico se encuentra en la obra de Adam Smith, “La riqueza de las naciones” (1776) capítulo diez, señalando que los individuos quienes han dedicado la mayor parte de su tiempo y esfuerzo adquiriendo conocimientos, necesariamente deben emplearlos en actividades que le retribuya los costos asociados a su instrucción.

Entre otras definiciones, el economista Gary Becker (1964) lo define de manera concisa en su investigación del capital humano como “el conjunto de las capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación de conocimientos generales o específicos”. Por otro lado, Schultz, Theodore W. (1960) hace énfasis en la “calidad de la población” como la constante obtención de conocimientos y mejoramientos de habilidades, factores cruciales para alcanzar el bienestar social, ya que Schultz considera a esta “calidad de la población” como un recurso escaso, por lo tanto, al ser escaso se le atribuye un valor económico, así como también costos asociados.

Dicho autor, es catalogado como fundador de esta teoría, y dio a conocer un par de críticas. Inicialmente, le incomodaba el hecho de que los economistas de su época (entre los años 50 y 60) no le otorgaban la importancia suficiente a la inversión en el sector educativo, considerando al capital humano uno de los motores principales del crecimiento económico. También criticó la forma en la que integraban el factor trabajo en las funciones de producción de los modelos económicos de esa época, como factor utilizado en el proceso productivo, haciendo alusión de que se trata de un factor homogéneo que no tiene en cuenta algo tan relevante como la diferencia en los conocimientos y habilidades de los individuos.

Posteriormente, Becker (1964) da una mayor solidez a estos conceptos luego de expandir la teoría del capital humano, otorgándole una mayor importancia a la formación académica del individuo racional, calificándolo como inversiones que a largo plazo tendrán repercusiones en la eficiencia productiva. Es importante mencionar que solo se ha hecho énfasis en las

destrezas de los individuos tanto en el ámbito académico como laboral. La educación viene siendo el pilar más destacable del capital humano, sin embargo, la experiencia del individuo forma parte de estos cimientos que dan forma y estabilidad a esta extensa teoría. Tanto la experiencia como la aplicación constante de las habilidades y conocimientos en el ámbito laboral, dan plena constancia de un capital humano integro.

Precisamente, la experiencia laboral es altamente valorada por las empresas, debido a que los individuos al poseer ciertos conocimientos técnicos que apliquen en su labor o vida profesional, automáticamente convierten a la experiencia en un elemento competitivo a nivel industrial y en un factor que genera retribución. El capital humano se afianza entonces, como una extensión en el análisis económico, siendo demostrado por diversos análisis y autores, ser un factor capaz de coadyuvar en el crecimiento económico, además teniendo en cuenta que una mayor educación permitirá que los individuos instruidos posean mayores posibilidades de obtener un trabajo con

mayor remuneración y por ende una mejor calidad de vida; funcionando esto como incentivo para que la población en general se interese en ser formados académicamente.

Es así como luego de haber mencionado el tema de remuneración, se puede señalar uno de muchos aportes hechos por Mincer (1958); en donde, generalmente los sueldos y salarios poseen una relación directa y positiva con la calificación del puesto de trabajo, pues se requiere de un mayor conocimiento para realizar procesos exclusivos de alguna empresa, con el fin de que el individuo deba especializarse para llevar a cabo esa labor, a medida que la empresa crece se necesitaran puestos de trabajo cada vez más exigentes, incrementando la rigurosidad de la capacitación y especialización como también el aumento de las diferencias salariales entre toda la población activa trabajadora. (pag.300).

De modo que, para que la remuneración hacia los trabajadores en forma de sueldos y salarios se realice de manera efectiva, es necesario tener en cuenta los

principales factores que influyen en este proceso, como lo son, el tamaño de la empresa ya que a partir de ello dependerá el salario, la experiencia de cada uno de los trabajadores que la integran, y los niveles de productividad.

### **A ADMINISTRACIÓN DEL FACTOR TRABAJO DENTRO DE LAS EMPRESAS**

A nivel global, el incesable estudio del capital humano ha destacado los grandes beneficios que conlleva la inversión en el adiestramiento de este factor, símbolo de progreso y competitividad, además de una adecuada administración de este. Ni siquiera las más grandes empresas con un alto número de trabajadores pueden asegurar que su competitividad se mantenga a un alto nivel si no se fijan en la gestión, capacitación, necesidades psicológicas y sociales de los trabajadores.

Esta administración se focaliza no solo en la captación de personal, sino también en las funciones relacionadas con los sueldos y salarios, la disciplina laboral y el absentismo. Chiavenato (1999), define a la administración de

los recursos humanos como la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también el control de técnicas capaces de promover el desempeño eficiente del personal, toda vez que la organización representa el medio que permite alcanzar sus objetivos relacionados directa o indirectamente con su trabajo. Así como también Stoner (1996), con ánimos de universalizar, cataloga esta función administrativa como la especializada en el reclutamiento, colocación, adiestramiento y desarrollo de los integrantes de una entidad.

El trabajo es uno de los factores de producción base y mecanismo necesario denominado motor de la economía, dando inicio así al estudio del desempeño de las destrezas humanas dentro del campo laboral. Para empresas en “vías de desarrollo”, además de estar consciente de la complejidad de su entorno, toman en cuenta la capacidad que poseen de supervivencia, para incrementar sus niveles de diferenciación con el resto y contribuir al desarrollo económico de la nación que, a su vez, de manera indirecta los incentiva a desarrollar altos estándares en su capacidad

innovadora.

Ahora bien, entre algunos de los principales aportes de la teoría de la administración se encuentran los autores Taylor en su libro publicado “Los principios de la administración científica” (1911) plantea mejoras en la administración para el progreso de las estructuras organizacionales y los procesos de producción de las empresas, por otra parte, también uno de los grandes aportes es el de Fayol en su obra “Administración Industrial y General” (1916), destacó la importancia de una buena administración empresarial para el correcto funcionamiento de la misma. Como se ha mencionado, cada autor desde sus distintas perspectivas, realizaron aportes sobre cómo administrar eficientemente una empresa. Es importante señalar que, desde el siglo XX la administración ha experimentado cambios significativos debido a la evolución de la tecnología, como consecuencia de la industrialización, la globalización y las demandas cambiantes del mercado.

Cada una de las empresas planifica la manera de fortalecer su capacidad, ya

sea diseñando procesos únicos usados dentro de la organización o en el adiestramiento y capacitación del personal. Una estrategia para generar conocimientos al capital humano propio de la organización es mediante la captación de información a través de fuentes externas, como la realización de actividades que involucren a los proveedores, organizaciones, clientes, la asistencia a cursos y talleres, entre otros. Así como también recurrir a fuentes de conocimientos internas, como podrían ser las charlas o reuniones impartidas por los planificadores de la empresa hacia todos los miembros de la misma. Estos son elementos que proporcionan una generación de conocimientos dentro de la organización, que deben ser identificados para posteriormente invertir en ellos, con la intención de aumentar la capacidad innovadora.

Luego de mencionar los diferentes aspectos de la administración del factor trabajo necesarios para el desarrollo organizacional, se procede a evaluar un elemento de renovación, avance y perfeccionamiento. Según Varela (2010) la innovación debe ser el elemento que permita la sostenibilidad



de la empresa y a su vez el mantenimiento de la ventaja competitiva, claramente las empresas exitosas son aquellas cuya cultura empresarial no solo acepta, sino que también alienta y premia la innovación. Por ello, es importante que las empresas tengan una orientación hacia la innovación, debido a que es esencial para el éxito a largo plazo de una empresa, mientras que aquellas que no innovan corren el riesgo de quedarse atrás frente al resto y perder su competitividad en el mercado. Para que esto pueda establecerse es necesario contar con una cultura organizacional que acentúe la creatividad, la experimentación y el pensamiento crítico.

El capital humano básicamente hace referencia al conjunto de habilidades, conocimientos, destrezas, y experiencias que poseen los empleados de una organización, por lo que la participación de dicha fuerza laboral en la innovación empresarial es fundamental, debido a que los empleados son los principales generadores de ideas y los ejecutores de las mismas.

## **INNOVACIÓN EMPRESARIAL**

Dentro de las empresas los procesos de innovación se pueden adquirir distintas formas, desde la incorporación de nuevos productos y servicios hasta la implementación de procesos que sean más eficientes con la introducción de tecnología avanzada, es decir, las empresas pueden innovar de muchas maneras. Es por eso que las empresas pueden adoptar diversas estrategias para impulsar la innovación, tales como la colaboración y el trabajo en equipo, la realización de investigaciones y análisis de mercado, además de la ejecución de procesos determinantes para la gestión de la innovación.

La finalidad de la inversión en capacitación y formación de los empleados, es adquirir nuevas habilidades y conocimientos que les permita a la empresa ser más innovadoras y fortalecer el capital humano individual. Siendo una especie de programas destinados a la formación y entrenamiento, permite a los empleados adquirir las habilidades necesarias para innovar; para así a través la aplicación de incentivos

mediante bonificaciones o reconocimientos, estimulan a los empleados a seguir contribuyendo en programas de innovación empresarial.

El desarrollo de la tecnología es la clave cuando las empresas desean innovar, esta representa el punto en el cual dichas empresas tienen la oportunidad de adaptarse y continuar ejerciendo actividades en el mercado o no adaptarse y ser expulsadas, debido a las barreras de entrada y salida, origen de la competencia de cada empresa que logra posicionarse de acuerdo a sus niveles de diferenciación, ya que prosperan aquellas capaces de innovar acorde a las nuevas tendencias, mejorando productos o procesos de producción como también siendo pioneras en la elaboración de nuevos productos.

Para que las empresas puedan determinar en dónde o cómo innovar en su organización, recurren al proceso investigación que permite estudiar los antecedentes del comportamiento en el mercado de tal modo que, puedan establecer estrategias para luego ser aplicadas. En la teoría del empresario innovador propuesta por Shumpeter

(1911), indica la manera en que el empresario debe aprovechar las oportunidades que se presentan en un mercado cuando existen áreas o ideas poco desarrolladas, las cuales pueden ser proyectos potenciales. De este modo, Drucker (1985:72; 1999:83-85) señala un conjunto de reglas para que el proceso de innovación se lleve a cabo de manera óptima, llamados por él mismo “principios de innovación”; la innovación significativa y sistemática incluida en estos principios, aborda la idea de Schumpeter de donde surge el análisis de las fuentes de nuevas oportunidades, otorgándole gran importancia al posible desarrollo de proyectos potenciales.

Es por esto que las empresas que cuentan con una estructura organizacional bien definida deciden financiar departamentos de Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i) que permite indagar en donde obtener ventajas competitivas con respecto a las demás empresas y lograr la obtención de beneficios mediante el ingenio, enfoque y esfuerzo proyectado en una idea próxima a desarrollar.

En el sector empresarial, los incentivos necesarios para la creación de nuevas ideas y las ganancias que pueden generarse, reflejan la relación que existe entre las expectativas de los empresarios y los beneficios que se esperan, teniendo en cuenta la recuperación de los costos fijos de producción. Cabe destacar que la relación mencionada partirá de los niveles de demanda que se deben cubrir al momento de que los consumidores manifiesten el deseo de satisfacer necesidades en bienes o servicios.

Por lo tanto, la innovación dependerá de los avances tecnológicos que se desarrollan en un país, dado que la dirección de las organizaciones y la fuerza laboral juegan un rol determinante para que en un mercado se logre el impulso y crecimiento de una empresa. Mediante el Global Innovation Index, se presentan los índices de innovación mundial que reflejan aquellos que anualmente invierten en investigación para el desarrollo bajo lineamientos establecidos por la ONU. Se centra en una lista de al menos 133 países del

todo el mundo categorizándolos de acuerdo a los niveles económicos respectivos, desde el punto de vista macro. Actualmente el primer puesto es ocupado por Suiza, destacando por la capacidad que cuentan sus políticas para hacer negocios como también adquiriendo el liderazgo en investigación y educación.

Los sistemas de producción han cambiado gracias a los avances tecnológicos que posibilitaron la automatización de la producción, y con esto no solo las grandes industrias invierten en capital fijo actualizado, sino que también necesitan de personal capaz de agregar valor a la empresa. Es por eso que, el capital humano se ha denominado como el valor económico que adquiere el empleado dentro del mercado laboral, puesto que una sociedad que posee altos grados de instrucción educativa es una sociedad que incentiva el crecimiento económico de un país.

Los niveles de innovación de una empresa, son medidos a través de KPI, estos indicadores de rendimiento arrojan la información necesaria para el análisis y estudio del funcionamiento de

la empresa. Entre las empresas reconocidas a nivel mundial se encuentran Amazon, Paypal, Netflix, Uber y Airbnb, estas son algunas de aquellas que ocupado el ranking de las empresas más representativas de la era moderna por el desarrollo tecnológico de sus plataformas. Desde el año 2019, FastCompany, revista especializada en el estudio de las empresas innovadoras resalta la creación de nuevas empresas, denominándolas como la nueva generación de las grandes firmas mencionadas anteriormente, estas nuevas empresas son Meituan-Dinping, Grab, NBA y The Walt Disney Company, siendo estas una especie de propuesta actualizada de las plataformas existentes, creando un mayor grado de competencia en el mercado digital.

Las acciones que se implementan en la administración y gestión del capital humano como también en la innovación empresarial se complementan, gracias a que estas son los medios por el cual se permiten mejorar los procesos corporativos que se llevan a cabo dentro de las empresas en la creación

de ideas. Los conceptos de capital humano e innovación, poseen un vínculo estrecho; por lo cual, era menester para la comprensión del análisis de este artículo, definir cada uno a detalle.

La comprensión del capital humano y la asignación del mismo poseen diversos beneficios y a su vez repercusiones hacia la sociedad en el grado que se cuenta con una población cada vez más capacitada académicamente, esto hace más extenso las posibilidades de elección laboral de los individuos que hacen vida en una sociedad. Adicionalmente, un incremento controlado del capital humano acarrea un posible aumento del potencial de crecimiento económico al favorecer el constante crecimiento en la productividad del factor trabajo. Es importante añadir que, no solo la acumulación del capital humano va a significar que de manera automática la productividad y la competitividad de las empresas adquiera un ascenso fulgurante, sino que el ordenamiento productivo y la gestión del capital humano deben ser utilizados de manera eficiente.



Es posible mediante la inversión que el capital humano se enfoque en el proceso educativo, ya que el desarrollo de los conocimientos científicos son procedimientos que se van dando como parte integral de la gestión de superación del aprendizaje. Tomando en cuenta esto, el conocimiento que posee un individuo no es sistemáticamente transmisible a otros individuos y se termina cuando la persona muere. Precisamente, el capital humano “exige permanente movimiento (como todo capital) ya que cuando permanece ocioso por el desempleo, se menoscaban las habilidades adquiridas” (Capocasale, 2000, p. 76).

## **REFLEXIONES**

La innovación empresarial ha demostrado ser dependiente del capital humano siendo participe del proceso productivo de una organización, la gestión estratégica de este especial recurso emerge como repercusión de las aportaciones de la dirección estratégica con intenciones a mejorar las capacidades de adaptación de una empresa a su entorno. Por ende, según las dinámicas empresariales, se

categoriza como un proceso evolutivo que cubre gran parte del espacio de las empresas orientado al desarrollo, reconociendo al capital humano como un rasgo diferenciador de las empresas.

Por este motivo, se conoce al individuo como un organismo activo de la organización, portador y generador de necesidades personales que la misma debe cubrir y satisfacer. En continuidad con la previa observación, el recurso humano se precisa como una de las ventajas básicas primordiales en cuanto a competitividad de las organizaciones empresariales, incluso tan primordiales como otros recursos (energéticos, naturales...) al mismo nivel de los financieros y tecnológicos, por lo que la administración del capital humano se toma en cuenta como una funcionalidad empresarial, teniendo como objetivo organizar a los empleados siguiendo una estrategia específica que efectúe una organización y a su vez, la ejecución de esta a través de la participación de los trabajadores, y por consiguiente lograr el éxito organizacional y diferenciación del resto de competidores.

De modo que, es importante resaltar que individuos que posean niveles de instrucción educativos serán prospectos con virtud de incorporarse al mercado laboral y de este modo la figura del empresario innovador decidirá invertir en el desarrollo del capital humano perteneciente a su empresa. Es así como una población activa es capaz de agregar valor a la economía, obteniendo a través del mercado laboral cambios proporcionales de acuerdo al precio y cantidad de trabajo que se ofrece y demanda, que contribuyan al crecimiento y siendo cuantificables mediante el indicador de ingreso per cápita, indicando los niveles de bienestar de una nación como resultado de los rendimientos de la fuerza laboral.

## REFERENCIAS

Becker, Gary (1964), Capital humano: un análisis teórico y empírico, con especial referencia a la educación, Oficina Nacional de Investigación Económica, Londres.

Capocasale, A. (2000). Capital humano y educación: Otro punto de vista. Revista Nueva Sociedad, 165, 73-84

[http://www.nuso.org/upload/articulos/2826\\_1.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/2826_1.pdf)

Chiavenato I. (1999). "Administración de Recursos Humanos". Editorial McGraw Hill. México.

Gestión. Empresas innovadoras del mundo (2019) <https://gestion.pe/especial/businessstyle/innovacion/fotos-cuales-son-6-empresas-mas-innovadoras-mundo-noticia-1994687>

Mincer, Jacob (1958) "Investment in Human Capital and Personal Income Distribution" Journal of Political Economy, 66(4), 300. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-84212016000300651#:~:text=De%20acuerdo%20con%20la%20literatura,costo%20de%20su%20formaci%C3%B3n%20con](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212016000300651#:~:text=De%20acuerdo%20con%20la%20literatura,costo%20de%20su%20formaci%C3%B3n%20con)

Díaz, América Alejandra; Toscano Moctezuma, Juan Alfonso (2022). El capital humano y la productividad de las empresas. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/387/3872816007/index.html>

Gallego Giraldo, Carmenza; Naranjo Herrera, Cristhian Guillermo (2021). El capital humano de la empresa: Una propuesta de medición. Entramado vol. 16 n°2 Colombia. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1900-38032020000200070](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032020000200070)

James Stoner. (1996). Administración. Sexta Edición. [https://alvarezrubenantonio.milaulas.com/pluginfile.php/76/mod\\_resource/content/1/LIBRO%20DE%20ADMINISTRACION.pdf](https://alvarezrubenantonio.milaulas.com/pluginfile.php/76/mod_resource/content/1/LIBRO%20DE%20ADMINISTRACION.pdf)

Quintero Montaña, Jesús. (2019) La formación en la teoría del capital humano: una crítica sobre el problema de agregación. Revista de Análisis Económico. Universidad Autónoma Metropolitana, México. <https://www.redalyc.org/journal/413/41364527011/html/>

Schultz, Theodore W. (1960), "Formación de capital por la educación", Journal of Political

Economy, 68 (6), The University Chicago Press, Chicago, pp. 571-583.

Schultz (1961) "Investing in people: The economics of population quality"

Varela, Rodrigo V (2010). La innovación empresarial, Arte y ciencias en la creación de las empresas. Tercera edición. Pearson educación, Colombia. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=257029750015>

## **THE PERSPECTIVE OF AUDITING FROM THE DIGITAL MODALITY IN THE POST-PANDEMIC PERIOD**

Robert Solórzano, Edeirec Izaguirre y Juan Bolívar

### **Summary**

The central objective of this article is to outline a new approach for the verification and validation of processes within an organization, highlighting the audit as the main means to achieve this end, making a special focus on its application using digital media in periods after the COVID-19 pandemic. The methodological orientation is descriptive in nature, allowing the presentation of the document with the following purposes: First, identify the procedures used in the audits Second, investigate how these techniques can be carried out using remote tools and the establishment of this modality as a development of the processes. And thirdly, to expose how although a process of digitalization of the audit was being carried out prior to the health crisis, it found greater momentum after it, functioning as an enhancer for the audit to be carried out. through digital formats, an imminent step in a world that increasingly relies on technological means and where it is necessary to be duly informed about new methods for the development and fulfillment of activities. Keywords: digitalization, pandemic, audit.

## **LA ÓPTICA DE LA AUDITORÍA DESDE LA MODALIDAD DIGITAL EN ÉPOCA POSTPANDEMICA**

### **RESUMEN**

El objetivo central de este artículo consiste en delinear un nuevo enfoque para la verificación y validación de los procesos dentro de una organización, destacando la auditoria como principal medio para lograr este fin, haciendo un especial enfoque a su aplicación empleando medios digitales en periodos posteriores a la pandemia del COVID-19. La orientación metodológica es de índole descriptiva, permitiendo la presentación del documento con los siguientes propósitos: Primero, identificar los procedimientos empleados en las auditorías Segundo, indagar como dichas técnicas se pueden efectuar utilizando herramientas a distancia y el establecimiento de esta modalidad como desarrollo de los procesos. Y en tercer lugar, exponer como a pesar de que un proceso de digitalización de la auditoría se estaba llevando a cabo previo a la crisis sanitaria, esta encontró un mayor impulso posterior a ella, funcionando como un potenciador para que la auditoría se llevase a cabo por medio de formatos digitales, un paso inminente en un mundo que se apoya de forma cada vez más constante en los medios tecnológicos y donde se hace necesario estar debidamente informado sobre nuevos métodos para el desarrollo y cumplimiento de las actividades.

Palabras clave: digitalización, pandemia, auditoría.



## INTRODUCCIÓN

La pandemia del COVID-19 supuso un cambio total en la sociedad. A lo largo de la historia no han sido pocas las veces donde una crisis sanitaria ha supuesto una alteración general del paradigma establecido y en esta era dominada por la tecnología no es de extrañar que tal cambio haya tomado ese rumbo. El confinamiento al que fue sometido gran porcentaje de la población mundial, hizo necesario acelerar la reforma de profesiones cuyos inicios fueron destinados a la presencialidad absoluta. De esta manera surge el teletrabajo como una medida que permite laborar de manera remota, manteniendo los mismos resultados al realizado en el propio sitio de trabajo, surgiendo una muy buena alternativa al trabajo convencional.

Históricamente muchos de los tratamientos empleados para la auditoría están sujetos a la presencialidad, así como al manejo de documentos físicos y si bien muchas organizaciones llevan años trabajando y adaptándose a técnicas electrónicas para el manejo de datos con la intención de adquirir destrezas, es

innegable que la pandemia del COVID-19 dio el impulso para que cada vez más profesionales manejen la auditoría empleando formatos digitales que permiten lograr el objetivo de evaluar los procesos operativos y reparar las deficiencias en el control interno de las organizaciones.

### **Auditoría hoy vs. La auditoría del mañana**

El siglo XXI ha sido puerta del cambio y la transformación, debido a su constante innovación en materia de información y tecnología, que han alterado muchos aspectos de la vida moderna y cambiado la cotidianidad del individuo para siempre. Uno de los aspectos más relevantes de este nuevo subsistir social es la forma de recibir información, esto debido a la cantidad de información que se maneja de forma periódica dentro de los medios electrónicos. Pero gran parte de estos datos derivan de procesos que se desarrollaron y se maneja desde mucho antes de la actual era digital afectando como el mundo se venía manejando.

Con respecto a la importancia de la información para las organizaciones, Castro (2015) afirma lo siguiente:

La importancia de la información para las organizaciones radica en que es un recurso esencial, éstas la utilizan al desempeñar sus operaciones diarias y de manera estratégica para la búsqueda de un alto nivel competitivo y crecimiento financiero. En este sentido una opción muy válida para hacer crecer el valor de este recurso tan importante es integrarla y tenerla disponible en el momento adecuado para que pueda ser analizada por los tomadores de decisiones. (p.1)

De tal manera se puede inferir que la información de carácter económico y financiero es de suma importancia, pues no solo permite tomar mejores decisiones, sino que también ayuda a identificar oportunidades potenciales y a su vez reflejar problemas latentes, como de calidad, eficiencia y administrativos, permitiendo abordarlos de manera inmediata. Del mismo modo permite a la empresa tener un mayor control sobre sus operaciones y procesos. En general se puede destacar que la información es vital para el éxito de una empresa, ya que

permite tomar decisiones estratégicas que la beneficiarán enormemente.

El tipo de información vital para organización sería aquella que permite un examen detallado y crítico de las operaciones del ente. Del mismo modo una fuente confiable de datos son los obtenidos por la realización de pruebas y evaluaciones de los sistemas empresariales con la intención de constatar su eficiencia, a la vez que se realiza la elaboración de los informes donde se dejarán detallados los descubrimientos y los resultados de las evaluaciones. Por tal motivo se desarrolló una técnica de funcionalidad óptima para cumplir todos estos fines, ya descritos, herramienta conocida como Auditoría

La auditoría surge con la intención de verificar la información operativa de una organización, garantizando la integridad de los registros contables, el diagnóstico de posibles deficiencias en procesos internos de la entidad y la correcta ejecución de las regulaciones aplicables. Si tenemos en cuenta que esta es un proceso sistemático que busca la revisión y evaluación de las actividades, con el principal objetivo de

comprobar si efectivamente cumplen con las normas y procedimientos, hace de esta uno de las mejores técnicas para detectar fallas en sus comienzos, proporcionando recomendaciones que permitan desarrollar la eficiencia de los procesos y controles internos.

De forma complementaria Grimaldo (2014) define a la auditoría de la siguiente manera:

La Auditoria se ha convertido en una de las técnicas utilizadas, más importantes dentro de las organizaciones, gracias a su implementación y desarrollo, la alta dirección encuentra un mecanismo de control que permite conocer el estado actual de sus procesos y la veracidad de la información, para determinar la eficacia y eficiencia con la cual se están ejecutando y así, poder tomar a tiempo las acciones necesarias para su correcto cumplimiento de objetivos y metas. (p.7).

De tal manera, esta perspectiva resalta que a través de la implementación y desarrollo de la auditoría, la gerencia encuentra un mecanismo de control que le permite obtener información precisa sobre el estado actual de los procesos y la veracidad de los datos.

Esto brinda la posibilidad de determinar la eficacia y eficiencia con la que se están llevando a cabo dichos procesos. La auditoría se convierte así en un recurso valioso para la toma de decisiones oportunas, ya que al conocer el estado actual de los procesos, la organización puede identificar posibles desviaciones o áreas de mejora, lo que les permite tomar acciones correctivas a tiempo.

También el auditor debe asegurarse de que las deficiencias en el control interno sean adecuadamente comunicadas a la gerencia y la dirección de la organización. Durante la auditoría, se deben identificar las deficiencias en el control interno consideradas relevantes y merecedoras de atención. Estas deficiencias se incluirán en un informe escrito y allí se proporcionará una descripción detallada de las deficiencias identificadas, así como una explicación de los posibles efectos que estas podrían tener para la organización.

Hasta hace no mucho tiempo todos estos procesos llevados a cabo por la auditoría eran dominados por procesos

manuales que constaban mayoritariamente por la revisión de archivos físicos y registros contables, sin embargo ha ido sufriendo una transformación notable. Los avances tecnológicos han posibilitado el acceso, procesamiento y análisis de cuantiosas cantidades de información con suma eficiencia, permitiendo a la auditoría estar a la altura de las exigencias y en ocasiones estar por encima de ella.

### **Tecnología de la información**

Ciertamente, la tecnología ha contribuido enormemente en la forma como se maneja la información; el incremento acelerado de la información hace necesario que tener manera más eficiente de cómo manejarlas. Pero para hacer frente a los retos impuestos la auditoría, la tecnología de información (TI) es un factor que aporta grandes beneficios ya que garantiza no solo eficiencia, sino también efectividad a la hora manejar datos. Actualmente las TI buscan transformar el panorama para el manejo de la información ya que ha ofrecido un nuevo enfoque que responde a la necesidad por el manejo de un número cada vez mayor de datos.

Sobre la tecnología de la información, Cortez (2020) lo define como “La tecnología de la información (TI) es el proceso de creación, almacenamiento, transmisión y percepción de la información y los métodos de aplicación de dichos procesos” (p.1). Básicamente las TI son herramientas de información que emplean herramientas como *software* y *hardware* para almacenar, recuperar y transmitir información siendo una de las mejores herramientas para utilizar dentro de una organización, con frecuencia utilizado en el contexto de los negocios u otras empresas.

Estas herramientas emplean canales que han evolucionado y permite que las tecnologías de la información brinden herramientas y soluciones digitales que son empleadas en la auditoría para mejorar la eficiencia y precisión de la información que proporcionan y definitivamente pueden ayudar a evolucionar los procesos de auditoría ya que pueden brindar herramientas y soluciones que permitirían facilitar los procesos de auditoría mejorando los procesos de las mismas.



## **Herramientas digitales para la óptica de la auditoría**

Sobre la aplicación de las nuevas tecnologías dentro de la auditoría, Calero (2019) afirma que:

Las tecnologías también velan por la integridad de la información financiera, base para proporcionar la confianza necesaria sobre la estabilidad y buen gobierno de las empresas auditadas. Mediante la utilización intensiva de la tecnología, que permite nuevas habilidades, potencia un juicio experto y libera al auditor de tareas de poco valor, la auditoría podrá cobrar gran relevancia en el futuro (p, 13).

De esta manera, las tecnologías son un buen complemento para múltiples áreas de la auditoría ya que potencian sus características y la hacen más eficiente. La tecnología dentro de las organizaciones logra optimizar los procesos y en la auditoría establece técnicas al aplicarlas, ayuda a garantizar la confiabilidad sobre el proceso realizado, por eso la información digital se ha convertido en un elemento importante dentro de las organizaciones, asegurando no solo

calidad, sino también oportunidad, ya que provee una correcta disposición de la información.

Por esta razón las herramientas digitales llegan como un concepto de suma importancia, ya que pueden ser muy diversas y por estas mismas razones pueden usarse en diferentes procesos y se emplean como una manera de simplificar las actividades. En el ámbito de la auditoría, las herramientas suelen ser programas que permiten facilitar el tráfico continuo de información y detectar irregularidades. Al emplear estos medios digitales se pueden aplicar para analizar datos muy relevantes que pueden ser de gran ayuda, sobre todo si se busca realizar análisis exhaustivos entro de un plazo específico.

Para el análisis de los datos funcionan herramientas que permiten el procesamiento de grandes cantidades de información, siendo más sencillo de esta manera hallar anomalías, un perfecto ejemplo de estas serían Excel, Tableau y Power BI. Para gestionar y archivar de mejor manera los documentos existen herramientas

como Dropbox o Google Drive y permiten ordenar de manera eficiente archivos importantes ocupando un mínimo de espacio, sumando que ofrece accesibilidad más sencilla para aquellos usuarios de la información.

Por otro lado la auditoría no solo consiste en el manejo y control de documentos, sino requiere de comunicación constante y existen herramientas que permite que esté en tiempo real de manera más fácil y cómoda, por medio de herramientas e videoconferencias como lo serían Zoom, Skype, Google Meet y entre otros. Esto tan solo son pequeños ejemplos de cómo la tecnología puede ayudar a la auditoría a potenciar y agilizar cada una de las actividades que permiten cumplir con los procesos.

### **Pandemia de COVID 19: la puerta a la evolución del proceso auditor**

Para finales del año 2019, el virus del COVID 19 despertó en el mundo cambiando la normalidad social conocida hasta el momento. En la ciudad de Wuhan en China apareció una enfermedad causada por el virus SARS-COV-2 denotándose como una neumonía desconocida, dándose a

conocer posteriormente como Coronavirus por el tipo de patógeno que alberga, propagándose a lo largo del mundo causando todo tipo de estragos, alimentando el pánico de la población, todo esto debido al desconocimiento y la poca preparación de la población acerca de este virus.

Sobre el alcance del COVID 19, Cid y Marinho (2022) afirman que:

El primer caso de COVID-19 en América Latina y el Caribe fue identificado el 26 de febrero de 2020 en el Brasil, fecha desde la que se han registrado cerca de 65 millones de casos y más de 1.600.000 muertes en la región hasta el 31 de marzo de 2022. Durante estos dos primeros años de pandemia, el virus SARS-CoV-2 ha experimentado cambios en distintas dimensiones de sus propiedades, tales como la velocidad o facilidad con que se propaga, la gravedad de la enfermedad que ocasiona o su reacción frente a medidas de salud pública como las vacunas, las pruebas de diagnósticos y los tratamientos (OMS, 2022a). (p13).

Dicha afirmación, nos revela que las posibilidades de contagio eran muy altas, siendo relativamente sencillo el

contraer la enfermedad, por esta razón un gran número de contagios fueron reportados tan solo en los países que integran Latinoamérica y el Caribe, reportándose en muchos de ellos contagios y casos severos con resultados mortales. Al estar conscientes que Latinoamérica y el Caribe solo representa un parte de la totalidad del planeta, las cifras reportadas se ven significativamente aumentadas si nos enfocamos a nivel mundial, por tanto es innegable los efectos del coronavirus en la humanidad.

La pandemia marco un punto importante, ya que trajo un efecto económico disruptivo que afectó cada uno de los ámbitos sociales, educativos, económicos, políticos, deportivos y financieros de la vida cotidiana de las personas, aproximadamente un tercio de la población mundial fue confinada y se impusieron fuertes restricciones a la libertad de circulación como medida de contrarresto para el virus, lo cual condujo a una caída financiera garrafal y una reducción drástica de la actividad productiva que llevó a un aumento del desempleo de manera paralela,

forzando de esta manera una evolución del paradigma económico y el enfoque productivo en el mercado.

Si bien el mundo estaba entrando en una transformación digital, la pandemia adelantó estos cambios. Las operaciones simples, repetitivas y que no requieran toma de decisiones han empezado a ser reemplazadas por robots y por inteligencia artificial, reduciendo costos y desperdicios; Las empresas empezaron a realizar inversiones significativas para adaptar sus sistemas y tecnologías para una nueva forma de trabajo mediante las herramientas virtuales buscando un ahorro en gastos de arrendamientos, viáticos y consumo de servicios, todo con el objetivo de subsistir ante este ambiente caótico que el virus trajo para el medio económico.

De esta manera la dinámica del teletrabajo surge. Los empleados cumplían sus actividades a distancia mediante múltiples medios de comunicación como computadoras o celulares, lo cual fue funcional y un método para trabajar nuevo, sin embargo, existían actividades que se veían imposibilitadas en su mayoría de

ejercer su función dentro de las empresas, al menos de la manera en que lo realizaban con regularidad, entre esas actividades nos encontramos con todo el proceso auditor que se hacía muy difícil de operar debido al gran volumen de datos diarios y la falta de transmisión de papeleos, por lo que se hizo imperativo todo el rediseño del proceso.

El director de Audit Financial Services, Castaño (2021) nos brinda la relevancia del proceso de auditoría en este panorama cambiante:

La gran mayoría de las empresas, sean pequeñas, medianas o grandes, nacionales o multinacionales, actualmente se encuentran atravesando por un cambio del modelo tradicional y convencional al modelo digital. Los departamentos de auditoría deben hacer parte de este proceso de transformación, proporcionando su valiosa ayuda a lo largo de la transformación y garantizando el cambio de las compañías. Es tarea de los auditores mejorar la comprensión de los datos, del riesgo de las nuevas tecnologías, y la manera en que éstas están cambiando el modelo de negocio de las

empresas, y, además, cómo las organizaciones están abordando esos nuevos riesgos (p, 1).

La exposición de Castaño no solo demuestra la relevancia del proceso auditor para la nueva gama del proceso productivo sino que también hace un llamado al conocimiento primordial que el auditor tiene que tener para el manejo de las nuevas herramientas creadas para mejorar este proceso, en otras palabras es fundamental que los auditores cuenten con el mismo nivel de entendimiento y comprensión de los procesos de los negocios que el que tenían previamente al acontecimiento pandémico, conociendo el cambio de los actuales modelos de negocio que se administran mediante datos y nuevas tecnologías, con cimientos informativos de índole digital.

En la era postpandémica, la digitalización se apoderó de este campo, ya que ciertas empresas utilizan programadores como elemento de control monetario y sistemas computacionales avanzados con combinación de algoritmos, *software* y *hardware*, los cuales permiten que un sistema de captación de información financiera genere nueva información, la



evalúe, la califique y la discrimine, aplicando procesos inductivos, deductivos y diversos silogismos de carácter monetario donde se obtengan conclusiones precisas para el mejor desarrollo de la organización que brinda la información similar al proceso de razonamiento y aprendizaje de los seres humanos.

Para la facilitación de este proceso y mejor funcionalidad de ejecución se crearon a su vez herramientas que apoyan y facilitan el trabajo a los auditores y programadores a cargo del proceso, mecanismos tales como: la visión computarizada para revisar con exactitud mediante imágenes digitales los inventarios, propiedades y equipo, o escanear grandes volúmenes de documentos para identificar diferencias y extraer datos relevantes de falsificación.

Del mismo modo permite utilizar algoritmos para detectar irregularidades y/o desviaciones y riesgos emergentes en los procesos y el aprendizaje automático para el manejo de grande volúmenes de datos y registro de transacciones. Logrando de esta manera que el concepto de

auditoría sea absoluto y los departamentos se especialicen en el manejo de información digital creando mayor confianza, velocidad y precisión en los resultados del proceso auditor.

### **Frutos del cambio: la tecnología y la auditoria**

La auditoría, como el resto de los procesos, no le quedó más opción que evolucionar. Por su parte, el avance tecnológico es una tendencia cultural a escala mundial que se auto-perpetua y evoluciona constantemente, por lo cual sería propicio afirmar que, desde la implementación de las máquinas de escribir, calculadoras, computadoras, hojas de cálculo, sistemas contables, sistemas de bases de datos y demás la tecnología ha sido una firme aliada que acompaña al proceso auditor en sus ejecuciones en cada empresa u organización. El objetivo es el mismo lo que cambia son los protagonistas encargados de llevarlo a cabo

Las nuevas herramientas informáticas se abrieron para el proceso del auditor permitiendo resultados confiables, Por esto ya no es necesario la presencialidad como factor fundamental, ya que los instrumentos

de colaboración en línea permiten al auditor comunicarse y recibir la información necesaria permitido igualmente conocer inconsistencias, deducir riesgos, realizar análisis de congruencia de registros contables y de materialidad, emitir predicciones, detectar intenciones de fraude, obtener conclusiones, deducir resultados, realizar evaluaciones de control interno, proyectar alcances y posiciones/situaciones con precisión.

Del mismo modo la IA permite evaluar evidencias con criterios específicos, reconocer tendencias, denotar frecuencias, ver probabilidades, percibir errores matemáticos y omisiones de información, vincular referencias/ casos, proponer interpretaciones y recomendaciones, todo esto sin afectar la conclusión final y razonamiento del director ejecutivo de auditoría (DEA) es decir que siempre debe mantener su independencia funcional y objetividad en todo momento, garantizando así una conclusión final libre de sesgos en su razonamiento en las conclusiones del auditor no ha sido influenciada.

Igualmente, se puede proyectar que con los nuevos métodos de manejo de datos, la auditoría sea un proceso que se pueda llevar en menos tiempo, esto gracias a la automatización de procesos y la integración de herramientas avanzadas que faciliten el análisis de datos, permitiendo que los auditores con su conocimiento digital desde la distancia sean capaces de elaborar análisis de entrevistas, esquemas reductivos, reportes intuitivos, fiscalización de facturas, identificar comprobantes presentados más de una vez y transacciones irregulares, analizando documentos en formato electrónico (XLS, XML, TXT, etc.) y en lenguaje natural (PDF, imágenes, fotos). Aplicándose esta evolución del proceso auditor desde las pequeñas y medianas empresas (PYMES) hasta el sector corporativo.

Así como la espada no hace al espadachín, asimismo la herramienta digital no hace al auditor, es necesario el conocimiento del profesional y material digital para la buena implementación del proceso auditor en las unidades de producción, no obstante el proceso auditor actual con implementación tecnológica avanzada

es capaz de generar resultados impresionantes en un menor tiempo, en la red al alcance de cualquier empresa existen plataformas digitales de inteligencia artificial que en las manos de un buen profesional auditor y programador es capaz de generar un proceso mucho más eficaz.

De la misma forma, además de reducir tiempo de evaluación, se incrementa la calidad de los hallazgos, al abarcar el total de las transacciones, reduciendo de manera significativa la posibilidad de omitir alguna desviación y generando señalamientos más precisos y objetivos, no obstante el cambio será tan exponencial como el desarrollo que se tenga como profesionales en el área para hacerlo posible, esto implica que muchos necesitan ser capacitados en el uso adecuado de las herramientas, así como dotarlos de criterios para poder interpretar adecuadamente los resultados obtenidos, todo esto en pro de garantizar que los objetivos se cumplan.

Sin lugar a dudas, se debe tener claro la capacidad que brinda la tecnología en la auditoría para identificar las áreas de riesgos y la adopción de medidas

preventivas para evitar que con el tiempo los objetivos organizacionales no se alejen de su fin. Esto a su vez que del mismo modo puede permitir que los auditores se centren en aquellas actividades que requieren de mayores perspectivas del profesional como lo es la interpretación y análisis de los datos, significando en una auditoría de mucha mayor precisión.

### **Reflexiones**

Una incesante oleada de cambios y evoluciones se dan día tras día, y aunque el curso natural de la humanidad en el futuro sería la integración completa de la tecnología en cada aspecto de sus vidas, es innegable que la pandemia del COVID-19 aceleró este camino. El miedo ante un incremento en los contagios, propició la implementación de nuevos modelos de trabajo, de esta manera se empleó el trabajo digital como forma alternativa, demostrando ser muy efectiva, por esta razón se ha intentado la manera de aplicar la tecnología dentro de muchas actividades.

Los medios tecnológicos han dinamizado muchas ocupaciones. Para la auditoría una técnica que ha iniciado

un proceso de conversión en su accionar fundamental para seguir llevando transparencia, confianza y sostenibilidad en sus operaciones ha implementado herramientas tecnológicas para maximizar su eficiencia. Una auditoría rigurosa empleando técnicas con apoyo de instrumentos digitales puede ayudar a prevenir errores y vulnerabilidades en la gestión y protección de datos empresariales, brindando una mayor seguridad que realizando actividades de manera física.

En un entorno donde la auditoría remota está brindando principios necesarios para mejorar la calidad de revisión del flujo financiero global y a su vez contribuye al resguardo absoluto de datos, la seguridad en sus procesos y la eficiencia en el trabajo, obteniendo un soporte transferible de la revisión y a su vez propicia un escenario donde se ahorre una cantidad impresionante de tiempo productivo dentro de la gestión de trabajo regular, presentando un cambio del método de revisión del futuro al día de hoy.

La implementación de la tecnología en la auditoría permitirá simplificar

muchos procesos, logrando que los auditores internos y externos puedan dedicar tiempo a la interpretación de los datos y al análisis apropiado de los mismos. Aunque un reto a tomar en cuenta es que debe existir una buena capacitación y adaptación hacia las nuevas tecnologías, por esto sin bien no es una tarea fácil, el complementar la auditoría con los medios digitales supone beneficios para las organizaciones. En resumen la tecnología digital puede significar una mejora e innovación dentro de las actividades en los procesos de auditoría.

## REFERENCIAS

Calero, Loreta (2019). La transformación digital en el sector de auditoría [Documento en Línea] Disponible: <https://www.icjce.es/adjuntos/transf-digital.pdf>.

Castaño, Leonardo (2021). ¿Qué viene para la auditoría después de la pandemia? [Artículo en Línea] Disponible: <https://kpmg.com/co/es/home/insights/2021/04/que-viene-para-la-auditoria-despues-de-la-pandemia.html>.

Castro, Julio (2015). Importancia de la información para la toma de decisiones en una empresa. [Artículo en Línea] Disponible: <https://blog.corponet.com/la->



importancia-de-la-informacion-para-la-toma-de-decisiones-en-la-empresa.

Cortez Diana (2020) ¿Qué es la tecnología de la información? [Artículo en Línea]

Disponble:<https://www.cesuma.mx/blog/que-es-la-tecnologia-de-la-informacion.html>.

Cid, Camilo y Marinho, María (2022). Dos años de pandemia de COVID-19 en América Latina y el Caribe [Documento en Línea]

Disponble:

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47914/1/S2200413\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47914/1/S2200413_es.pdf).

Grimaldo, Leydi (2014) La importancia de las auditorías internas y externas dentro de las organizaciones [Documento en Línea] Disponble: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13537/Importancia%20de%20las%20Auditorias.pdf;jsessionid=67D1D7CA66D6C43694F3261BDF92A022?sequence=1>

## **FLUCTUATION OF THE DOLLAR IN VENEZUELA AND ITS IMPACT ON COMMERCIAL COMPANIES**

Luis Corrales, María Rojas y Jorge Latouche

### **Summary**

The main objective of this scientific article was to analyze the increase in the value of the dollar (exchange rate) in Venezuela and how this has impacted commercial organizations. This purpose is due to the relevance that this currency has had in the country since 2019, being the most widely used currency despite the fact that it has not yet been declared as an official currency. Therefore, it is a topic that deserves to be studied due to its current relevance. Methodologically, this analysis has a quantitative approach, based on the documentary modality. In accordance with this context, an analysis was carried out in three sections, the first part of which includes the determination of the factors that generate the increase in the value of the dollar in Venezuela. As a second section, the current situation of commercial organizations in the country is described, addressing the key aspects for their administration, among which is the behavior of the dollar. Subsequently, the third section refers to the evidence of the effects caused by the increase in said currency on the sales of this type of organizations. This entire situation addressed has allowed us to obtain that the rise in the value of the dollar represents a determining element for the sales levels of Venezuelan organizations, since to the extent that this occurs, the bolivar is devalued and with it the purchasing power of people or entities to access products and services. Keywords: Value of the dollar, exchange rate, organizations.

## **FLUCTUACIÓN DEL DÓLAR EN VENEZUELA Y SU IMPACTO EN LAS EMPRESAS COMERCIALES**

### **Resumen**

El objetivo principal de este artículo científico, fue analizar el incremento del valor del dólar (tasa cambiaria) en Venezuela y cómo esto ha impactado en las organizaciones comerciales. Dicho propósito obedece a la relevancia que ha tenido esta moneda en el país desde el año 2019, siendo la divisa de mayor uso pese a que aún no ha sido declarada como moneda oficial. Por lo tanto, es un tema que amerita ser estudiado debido a la vigencia que tiene en la actualidad. Metodológicamente, dicho análisis tiene un enfoque cuantitativo, basado en la modalidad documental. De acuerdo con este contexto, se realizó un análisis en tres secciones, cuya primera parte comprende la determinación de los factores que generan el incremento del valor del dólar en Venezuela. Como segunda sección, se describe la situación actual de las organizaciones comerciales en el país, abordando los aspectos claves para su administración, entre los que se encuentra el comportamiento del dólar. Posteriormente, se tiene como tercera sección, lo referente a las evidencias de los efectos causados por el incremento de dicha divisa en las ventas de este tipo de organizaciones. Toda esta situación abordada ha permitido obtener como resultado que el ascenso del valor del dólar representa un

elemento condicionante para los niveles de ventas de las organizaciones venezolanas, toda vez que en la medida que esto ocurre se devalúa el bolívar y con ello el poder adquisitivo de las personas o entes para acceder a los productos y servicios.

**Palabras clave:** Valor del dólar, tasa cambiaria, organizaciones.

## INTRODUCCIÓN

La actividad comercial de las organizaciones generalmente está condicionada por diversos factores a los que deben adaptar su gestión para obtener resultados óptimos. Por tanto, es importante considerar y analizar exhaustivamente estos factores dentro del contexto en el que operan, de modo que se puedan tomar las previsiones adecuadas. Entre estos factores, se destaca la fluctuación cambiaria, especialmente en mercados donde esto influye significativamente en las ventas.

Por lo tanto, resulta relevante analizar la fluctuación cambiaria y sus causas, centrándonos en este artículo en el aumento del dólar en el país y los efectos que ello tiene en el sector comercial. Esto resalta la importancia de estas fluctuaciones en contextos económicos afectados por la crisis venezolana y la pandemia de COVID-19. Es esencial llegar a conclusiones que indiquen hasta qué punto estas

fluctuaciones impactan las ventas de las organizaciones comerciales.

El presente artículo aborda tanto los aspectos directos que contribuyen al incremento del valor del dólar en Venezuela como otros factores indirectos que también influyen en el comportamiento de la tasa cambiaria. Además, se examina la situación de las organizaciones comerciales desde la perspectiva de esta fluctuación. Asimismo, se analizan diversos elementos relacionados y se determina cómo todo esto afecta las ventas de los establecimientos que ofrecen productos y servicios en el mercado.

Vale mencionar que la moneda oficial de Venezuela es el bolívar. Sin embargo, es importante destacar que la mayoría de las operaciones y transacciones en el país se realizan en divisas, principalmente en dólares. Esto ha llevado a la devaluación del bolívar debido a la inestabilidad de la moneda. Aunque las transacciones en bolívares aún predominan en el

mercado, la preferencia por gastar dólares es mayor debido a esta inestabilidad.

Cabe destacar, el uso de divisas como método de pago en Venezuela gana mucha fuerza en 2019, dado que las transacciones que en su mayoría eran por transferencias bancarias se vuelven inviables, lo cual llevó a que la única alternativa viable para realizar transacciones fuera canjeando productos o utilizando divisas en efectivo de valor, principalmente dólares americanos.

Por este motivo, el aumento del dólar es una cadena, ya que el bolívar vale cada vez menos. Si un emprendedor aumenta sus precios, necesitaría una pequeña entrada extra, ya que sus trabajadores le exigirían un poco más de sueldo y se elevarían los costos de alquileres y materia prima.

Es por ello que el aumento del valor del dólar afecta tanto a los consumidores como a las organizaciones. Nosotros como consumidores ya no podremos comprar lo mismo que antes con la misma cantidad de dinero, debido a que los precios de los productores nacionales se resistirán a bajar.

También hay una falta de competitividad de productos importados, lo cual afecta a los importadores de materia prima y vehículos. Si bien las implicaciones de este fenómeno son profundas y motivo de debate entre economistas, a continuación, se presentarán algunos factores que influyen en dicha fluctuación de la moneda y ciertos efectos que causa el incremento del dólar en las ventas de organizaciones de este tipo en Venezuela.

### **Factores que intervienen en el incremento del valor del dólar en Venezuela**

Son varios los factores determinantes en el incremento de la tasa cambiaria en Venezuela, ya que existen brechas cambiarias cuando observamos por lo menos la diferencia que existe entre el dólar paralelo y el dólar oficial según los economistas el porcentaje de diferencia entre ambos se ubica hasta en un 27,81% al cierre de los mercados al final del día motivo que conlleva irremediablemente a que sea una causa para la especulación.

Por otro lado, debemos considerar el significado de tasa de cambio, que según Jiménez (2020), “es la relación



entre el valor de una moneda y otra, es decir, nos indica cuántas monedas de una divisa se necesitan para obtener una unidad de otra” (p. 4). En este aspecto, radica simplemente la fluctuación que tiene una determinada moneda, que, en el caso de Venezuela, en vista de la circulación masiva del dólar, se le compararía con el bolívar, siendo este último la moneda oficial o local, la cual se devalúa en la medida en que la anterior cobra mayor valor de acuerdo con distintos factores.

Lo que nos lleva comprender que los principales modelos teóricos de determinación del tipo de cambio, sobre todo desde la adopción de regímenes cambiarios relativamente flexibles en los primeros años de la década de los setenta del Siglo XX, donde se han registrado episodios de extrema volatilidad en los tipos de cambio bilaterales, y extensos y persistentes desequilibrios internacionales, que han motivado un renovado interés por la comprensión de los mercados cambiarios.

Lo que esencialmente determina la fluctuación de la tasa cambiaria es la oferta y la demanda de cada divisa, es decir, por medio del mercado de

divisas. No obstante, en algunos sistemas de tipo de cambio los bancos centrales de un país intervienen en el mercado para establecer un tipo que favorezca a su economía. Esto implica que el gobierno de un país establece el valor de su moneda nacional asociando el valor con el de la moneda de otro país (Rosignolo, 2017). En otras palabras, debe entenderse que en la medida que haya mucha demanda y poca oferta de una moneda, ésta tenderá a elevar su valor en un determinado mercado, y viceversa.

En Venezuela, diversos factores causan el incremento del dólar, pero una de las más usuales es la expuesta por Oliveros (2022), quien sostiene que una mayor ejecución de gasto por parte del gobierno, gasto en bolívares, bolívares que entran al sistema. A medida que haya más disponibilidad en el sistema, los incentivos para comprar divisas, la demanda de la misma, aumenta. Por su parte, Soto (2022), expresa que la demanda de divisas ha subido de manera acelerada, en buena medida por importantes pagos a proveedores del estado que hacen presión en el mercado oficial.

Ahora bien, Plaza (2009) señala que dentro de la dolarización extraoficial se puede crear un desbalance entre la oferta y la demanda de dinero nacional, sobre todo si se presenta una mayor demanda por dólares. En este caso una expansión de la demanda por moneda extranjera trae como consecuencia que la demanda de moneda nacional disminuya, es decir, ambas monedas se comportan como si fuesen dos bienes sustitutos.

De acuerdo con (Mishkin, 1995), si las personas, por razones de la teoría de la demanda de activos cambia la moneda de curso legal contra divisas, la oferta de dinero disminuiría, obligando, en corto plazo, que el tipo de interés se eleve, encareciendo el costo de capital y los precios de los bienes y servicios que, a su vez, presiona sobre nueva demanda de divisas y un deterioro del tipo de cambio en contra de la moneda local, puesto que, si el Estado adopta una política monetaria expansiva para estimular la inversión, en un esquema de oferta agregada relativamente rígida, hará que la oferta de dinero se expanda y que el riesgo cambiario se incremente y con ello la pérdida de

valor de la moneda de dicho curso legal.

**El valor de las importaciones y exportaciones del país:** Para cada nación es clave el intercambio comercial que realice en divisas para el valor de la tasa cambiaria. Al respecto, Soto (2022), afirma que en Venezuela no se ingresos como país en divisas sólidas, debido a la caída progresiva de las exportaciones petroleras y por supuesto las fluctuaciones del precio del petróleo a nivel internacional, por diversos factores recientes que se van a mantener por lo menos hasta el 2021; esto significa que la variación en cuanto al tipo de cambio seguirá.

**La Inflación:** Aunque la inflación no determina necesariamente un incremento del dólar, sí impacta en cuanto a que las divisas tienden a devaluarse si tienen tasas de inflación elevadas y apreciarse en entornos de baja inflación. Esta teoría no funciona en el corto plazo, se ha demostrado que sí lo hace a largo plazo y sirve para explicar el efecto de la inflación en los tipos de cambio. Oliveros (2022), considera que en Venezuela la inflación ha ido más rápido que la devaluación, eso hace que, en términos relativos, el

tipo de cambio esté muy barato y, por lo tanto, hay una presión para que suba para equilibrar un poco la economía. En general, en Venezuela deben darse las condiciones reales para que se mantenga el precio del dólar en un monto estable, ya que, al no haber suficiente producción interna, altas reservas internacionales y adecuada exportación, el precio del dólar continuará en alza. Esto amerita de adecuadas decisiones de políticas macroeconómicas, la generación de mayor confianza para la inversión nacional y extranjera.

### **Situación actual de las organizaciones comerciales en Venezuela**

Durante los últimos años, las organizaciones venezolanas se han visto inmersas en un torbellino de factores económicos adversos que han limitado su funcionamiento, desarrollo y crecimiento. Entre estos factores se destacan la contracción del aparato productivo nacional, la carencia de financiamiento por parte de la banca y los proveedores, la elevada inflación, entre otros. Mención aparte puede hacerse sobre el incremento de la tasa

cambiaría con respecto al dólar, porque a pesar de que la dolarización en el país ha sido ventajosa para estas organizaciones, lo cual es señalado por Consecomercio (2020), indicando que dolarización ha significado un respiro económico para las organizaciones en el país porque en alguna medida reactivó la actividad comercial; en los últimos meses hubo un aumento significativo del valor del dólar, ocasionando restricción de las personas para acceder a los productos y servicios, representando así un aspecto desfavorable para dichas organizaciones.

En este mismo orden, las organizaciones comerciales presentan limitaciones en su actividad debido a la inflación, siendo esto reseñado por Vásquez (2022), comentando que la inflación ha restringido significativamente el consumo de los productos y servicios en Venezuela y con ello se ha afectado el desempeño y rendimiento de las organizaciones. Sin embargo, González (2022), hace referencia que luego de cuatro años y dos reconversiones monetarias, Venezuela sale del ciclo de hiperinflación en el que se encontraba

desde 2017. Esto significa que Venezuela ha cumplido exactamente doce meses con una fluctuación por debajo del 50%, considerado por los expertos como el umbral de la hiperinflación. Es decir, que de alguna manera esto pudiera representar un alivio para la economía nacional y para las organizaciones.

Por otra parte, la posición de FEDECÁMARAS (2022), en cuanto a la situación de las organizaciones venezolanas en la actualidad, indica que el desempeño de la economía venezolana en 2022 sería mejor que el de 2021 si el dinamismo de económico permite la posibilidad de recuperar el crédito financiero. Esto debido a que el crédito financiero es clave para el sostenimiento de las organizaciones, sobre todo las comerciales, ya que las mismas enfrentan dificultades para expandir el crédito comercial que han venido dando a sus clientes con recursos propios. Al respecto, Consecomercio (2022), señala que buena parte de las organizaciones comerciales del país aún presenta ciertas limitaciones financieras a pesar del leve mejoramiento de la actividad

comercial y salida de la hiperinflación, porque aún está falta de fuentes de financiamiento, lo cual las tiene en situación desfavorable y en algunos casos en peligro de cierre.

Otro aspecto a destacar con relación a la situación actual de las organizaciones en Venezuela es lo referente a la competitividad en el mercado, por lo que Ostos (2021), menciona que las particularidades del entorno venezolano han demandado que las organizaciones desarrollen una mayor capacidad de reacción y de establecer nuevas estrategias para mantenerse en el mercado siendo competitivas. En tal sentido, cabe agregar que hasta lo que va del año 2023, las organizaciones comerciales han tenido que mejorar sus estrategias enfocándose más en el comercio electrónico y adaptándose al comportamiento del dólar o tasa cambiaria en el país, para en función de ello ofrecer sus productos y servicios valiéndose de otros aspectos que van más allá del factor precio.

Dentro de este marco, Vásquez (2022), argumenta que la competitividad, inversión, capacidades humanas, desvalorización del ingreso,



teletrabajo, formación de trabajadores y reactivación de sindicatos son algunos de los retos que han enfrentado las organizaciones en el país en los últimos años. En lo que respecta a la competitividad, va ser la clave, porque no hay un estado que financie o subsidie una cantidad de cosas, sino que quedan las capacidades del país, de cara a lo externo; o de las organizaciones, de cara a lo interno, para poder prevalecer. En cuanto al factor inversión, aún no hay suficientes condiciones para su impulso en el país y que haya la posibilidad real de inversiones de capitales nacionales y extranjeros que puedan dinamizar la economía.

Del mismo modo, el recurso humano es clave para el desarrollo y crecimiento de las organizaciones, pero no todas cuentan con un recurso óptimo debido a la fuga o emigración del talento humano a otros países como producto de toda la situación de crisis económica. Aunado a ello, los salarios de los trabajadores no son los adecuados y buena parte de éstos son en bolívares, cuando ya los venezolanos se acostumbraron a las divisas por ser la moneda aún fuerte en

el mercado. Por ello, es tan importante el estar incentivando contantemente a los trabajadores y capacitarlos ante los nuevos desafíos organizacionales y comerciales para que sean parte del reto de estas organizaciones de permanecer en el mercado en medio de un contexto caracterizado por la incertidumbre, por el comportamiento de factores económicos como la tasa cambiaria, las decisiones gubernamentales y otros aspectos de índole político.

Además de todo lo antes expuesto, Vielma (2022), hace referencia a que el Fondo Monetario Internacional (FMI) advirtió que para el año 2023, los países de América Latina podrían estar en una situación de recesión o estancamiento de sus economías, exceptuando a Venezuela, ya que, según este ente financiero, su economía podría tener un crecimiento que rondará el 6,5%. Esto es alegado en función del leve crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) y por el movimiento en ascenso de la economía venezolana y la ampliación de sus condiciones que siguen mejorando, acorde a las posibilidades y escenarios, de cara a su frente externo. Ante este

contexto, las organizaciones comerciales del país podrían mejorar su situación económica y financiera, lo cual les permitiría desenvolverse con mayor capacidad en el mercado y adaptarse más apropiadamente a los distintos factores que condicionan el mismo, como es el caso del comportamiento del valor del dólar y las posibilidades de inversión y financiamiento.

### **Efectos causados por el incremento del dólar en las ventas de organizaciones de este tipo en Venezuela**

Inicialmente, la brecha y las distintas fluctuaciones que sufre el dólar paralelo con respecto al oficial (BCV) a diario, y la variación de hasta dos cambios por día uno en la mañana y otro en la tarde, han llevado a que esos constantes brincos se desarrollen afectando no solo los precios de las compras de artículos de segunda mano sino también a su vez, el costo final de los artículos.

En cuanto, a la distorsión de precios, esta se termina de exacerbar cuando se le añaden la inflación de algunas economías mundiales, aquellos costos

logísticos de importación de bienes y productos, y dicho pago de coimas a autoridades en los puertos y las alcabalas para poder comercializarlos correctamente.

Esto nos lleva a la devaluación de una moneda, Papillom (2010) hace énfasis en que hablamos en este caso del bolívar; este genera presiones inflacionistas, básicamente, porque los precios de los bienes importados tanto de consumo como de inversión aumentan, al igual que los precios en 5 moneda local, por lo que también, los servicios provenientes del exterior y los costos de producción de aquellas organizaciones cuyas materias primas son importadas.

No obstante, en Venezuela, la política cambiaria ha sido utilizada como un instrumento de política antiinflacionaria; de hecho, en estos últimos años, a través del anclaje cambiario y la sobrevaluación del bolívar, esta se utilizó y se subsidió el dólar para abaratar las importaciones, de manera que al final tuvo efectos contraproducentes sobre el aparato productivo interno venezolano, el cual se vio desplazado por un creciente volumen de importaciones realizadas

con un dólar subsidiado y cada vez más barato.

Al respecto, Mesa y Gómez (2008) expresan, que la viabilidad de impulsar la transformación de la economía a partir del uso del instrumento de la política cambiaria es parcialmente cierta, puesto que, toda esa medida aislada se verá anulada con relación a sus efectos, si se reedita el fenómeno de una inflación en Venezuela; dado que, esta es superior comparativamente. Se destaca, que, si este cambio no se ajusta de inmediato para corregir este diferencial, el cual tiende a sobrevalorar el tipo de cambio, superando la corrección del diferencial inflacionario, se vería volatilizado por el auge inflacionario que la propia devaluación origina.

Por ende, cuando un importador debe esperar un cierto lapso de tiempo hasta la entrega y pago de los bienes transados, y en ese período se presentan fluctuaciones en los tipos de cambio, éstas pueden generar ganancias o también algunas pérdidas inesperadas, ya que, esas variaciones le resulten favorables o desfavorables. En muchos otros casos, existen

empresarios los cuales requieren planear sus negocios a ciertos plazos y por eso, las fluctuaciones de las tasas de cambio representan una variable que puede interferir en el logro de los objetivos comerciales.

Concorde con Krivoy (2010), el proceso de devaluación tiene un impacto diferenciado en el comercio exterior, debido a que, con la devaluación y el proceso de sustitución de importaciones en pie, se ve afectada la comercialización de ciertos productos provenientes tanto de Chile como de Colombia, por citar los casos, de ahí el impacto de la devaluación dependerá del volumen de las exportaciones que se dirijan a Venezuela y de qué porcentaje éstas correspondan a productos sensibles o contenidos en las excepciones cambiarias.

Según Mata (2013), la inversión en un país depende de la estabilidad económica existente en este, que le brinde confianza a la inversión. Dicho de esta manera, cuando la moneda sufre devaluación trae consigo inestabilidad y desconfianza para los inversionistas, así como en los actores del mercado internacional, quienes son más precavidos en sus participaciones

financieras para evitar pérdidas en el caso de una devaluación.

A esto se le suma, la sobrevaluación que registra la moneda debido al anclaje cambiario derivado del control de cambio estricto, así como la reducción del precio de las importaciones, además de ello, el efecto derivado del mayor costo de las divisas, especialmente, cuando sólo se es posible acceder a ellas a través del Cadivi. Un resultado de lo anterior, es la proliferación del mercado negro de divisas donde la diferencia entre el dólar oficial y el dólar paralelo supera el mismo en 600% del valor oficial.

## **REFLEXIONES**

Metodológicamente comprobamos que en este fenómeno existen no solo una devaluación de nuestra moneda local (Bolívar) sino también un alza de la divisa (dólar) con la cual se realizan la mayoría de las transacciones y operaciones de nuestro país, esta moneda sufre variaciones en el día hasta dos veces una en la mañana y una en la tarde, lo que conlleva a que la misma tenga fluctuaciones que afectan y pueda subir o bajar, también

podimos comprobar que a pesar de esta divisa (dólar) tiene una tasa referencial (BCV) existe otra por encima (Paralelo) que también genera variación en la (BCV), así mismo analizamos los efectos que inciden directa o indirectamente en el aumento de dicha moneda divisa (dólar), dado a que ese aumento o fluctuación causa que se haga una cadena la cual que genere un efecto en las ventas y servicios que prestan estas organizaciones comerciales en nuestro país.

Por otro lado, debido a que el alza de la misma moneda (dólar) afecta directamente a las organizaciones comerciales, por esta ser el instrumento de pago para muchas operaciones impacta en el costo no solo de las materias primas que estas tienen que comprar para su proceso de producción, si no también la mano de obra y todos los costos que se generan para poder llegar al producto terminado. Es un ciclo que ocasiona un alza no solo de la divisa (dólar) si no también de todos los elementos que integran la elaboración, venta y servicios ofrecidos por las organizaciones comerciales.



## REFERENCIAS

BBVA (2021). Factores que afectan el tipo de cambio. Disponible en: [https://www.bbva.es/estaticos/mult/Factores afectan el Tipo de cambios tc m924-580177.pdf](https://www.bbva.es/estaticos/mult/Factores%20afectan%20el%20Tipo%20de%20cambios%20tc%20m924-580177.pdf)

Consecomercio (2020). Situación económica de las empresas venezolanas. Disponible en: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/por-crisis-en-venezuela-500-000-empresas-cerraron-y-casi-700-han-sido-expropiad>

Consecomercio (2022). Situación de las empresas venezolanas. Disponible en:

<https://www.bancaynegocios.com/consecomercio-30-de-las-empresas-est-al-borde-del-cierre-y-solo-20-operas-in-interrupcion/>

FEDECÁMARAS (2022). ¿Cuánto podría crecer el sector privado en 2022? Disponible en:

<https://www.fedecamaras.org.ve/fedecamaras-24-de-enero-de-2022/>

González, D. (2022). Cómo salió Venezuela de la hiperinflación y qué significa para la golpeada economía del país. Disponible en:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-59939636>

Jiménez, D. (2020). Tipos de cambio. Aspectos fundamentales. Disponible en:

<https://economipedia.com/definiciones/tipo-de-cambio.html>

Krivoy, R. (2010). "El costo político de la devaluación está cubierto". El Nacional 20 de Enero 2010. Documento en línea. Disponible: [http://elnacional.com/www/site/p\\_contenido.php?q=nodo/118094/Econom%ADa/El 67 - costopol%ADtico-de-la-](http://elnacional.com/www/site/p_contenido.php?q=nodo/118094/Econom%ADa/El%2067-costopol%ADtico-de-la-)

[devaluacion-est-cubierto](http://devaluacion-est-cubierto)

Mata, L. (2013). Los momentos decisivos para la economía criolla. Revista de Economía. Recuperado de <https://aidagutierrezh.wordpress.com/2013/08/06/los-momentos-decisivos-para-la-economia-criolla/>

Mesa R. & Gómez M. (2008). Análisis y perspectivas de la reforma monetaria en Venezuela (el bolívar fuerte): efectos en Colombia, Scielo, 11(21), 11-26. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v11n21/v11n21a2.pdf>

Mishkin, F. S. (1995). The economics of money, banking, and financial markets. Fourth edition. New York: The HarperCollins.

Oliveros, A. (2022). Razones de la subida de precios del dólar en Venezuela. Disponible en:

<https://sumarium.info/2022/08/23/las-razones-de-la-subida-de-precios-del-dolar-en-venezuela-segun-asdrubal-oliveros/>

Ostos, R. (2021). La empresa venezolana ante la nueva realidad. Disponible en: <https://kpmg.com/ve/es/home/insights/2021/08/la-empresa-venezolana-ante-la-nueva-realidad.html>

Pampillón R. (2010). Diccionario de Economía. IE Business School. Recuperado de [https://www.academia.edu/38477244/DICCIONARIO\\_DE\\_ECONOM%ADa\\_Rafael\\_Pampill%ADn\\_compilador\\_pdf](https://www.academia.edu/38477244/DICCIONARIO_DE_ECONOM%ADa/Rafael_Pampill%ADn_compilador_pdf)

Plaza, M. (2009). La conveniencia de la dolarización oficial de la economía peruana. Lima, Perú: Universidad Nacional Federico Villarreal.

Rosignolo, (2017). Principios de economía monetaria. Oferta y demanda monetaria, banca central y

política monetaria. Disponible en: <https://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2017/11/Rosignolo-L.-Principios-de-econom%C3%ADa-monetaria-oferta-y-demanda-monetaria-Banca-Central-y-pol%C3%ADtica-monetaria.pdf>

Salmerón, V. (2020). Cómo avanza la dolarización en Venezuela? Disponible en: <https://prodavinci.com/como-avanza-la-dolarizacion-en-venezuela/>

Sosvilla, S. (2013). Teorías de los Tipos de cambio. Disponible en: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/518-2013-11-05-1.pdf>

Soto, L. (2022). Razones del incremento del dólar en Venezuela. Disponible en:

<https://www.laverdad.com/economia/174053-analistas-explican-por-que-suba-el-dolar-en-venezuela.html>

Vásquez, Z. (2022). ¿A qué retos se enfrentan las empresas venezolanas en 2022? Disponible en: <https://hispanopost.com/a-que-retos-se-enfrentan-las-empresas-venezolanas-en-2022/>

Vielma, F. (2022). balance actual de la economía venezolana y perspectivas para 2022-2. Disponible en: <https://misionverdad.com/venezuela/balance-actual-de-la-economia-venezolana-y-perspectivas-para-2022-2023>

## **THE INFLUENCE OF CRYPTOGRAPHIC TOKENS ON THE FINANCIAL ACCOUNTING OF SMALL AND MEDIUM-SIZED COMPANIES IN VENEZUELA**

Ashly Martínez, Elí Regalado y José Medina

### **Summary**

This research is carried out in order to evaluate the influence of cryptocurrencies “Tokens” that represent an asset within the company and its effect on the financial accounting of SMEs in Venezuela; To carry out this study, an explanatory type of research was developed, with a documentary methodology, where the potential of the digital solutions that these assets can provide to real life problems, the different types of markets and the digital ecosystems that are developing in organizations, then the legal framework, financial regulation and accounting treatment within Small and Medium Enterprises in Venezuela will be related. It is concluded that organizations must seize the opportunity, understand the potential of the various facets of the intrinsic nature of cryptocurrencies, and at the same time take advantage of its enormous financial and commercial possibilities with the inclusion of third-party blockchain within their accounting systems. Keywords: token, blockchain, SMEs, accounting.

## **LA INFLUENCIA DE LOS TOKENS CRIPTOGRAFICOS EN LA CONTABILIDAD FINANCIERA DE LAS PYMES EN VENEZUELA**

### **Resumen**

La presente investigación se realiza con el fin de evaluar la influencia de las criptomonedas “Tokens” que representa un activo dentro de la empresa y su efecto en la contabilidad financiera de las PYMES en Venezuela; para llevar a cabo dicho estudio, se procedió a desarrollar una investigación tipo explicativa, con una metodología documental, en donde se analizará el potencial de las soluciones digitales que pueden brindar estos activos a problemas de la vida real, los diferentes tipos de mercados y los ecosistemas digitales que se van desarrollando en las organizaciones, seguidamente se va a relacionar el marco legal, la regulación financiera y el tratamiento contable dentro de las Pequeñas y Medianas empresas de Venezuela. Se concluye que las organizaciones deben aprovechar la oportunidad, entender el potencial de las diversas facetas de la naturaleza intrínseca de las criptomonedas, y al mismo tiempo aprovechar sus enormes posibilidades financieras y comerciales con la inclusión de blockchain de terceros dentro de sus sistemas contables.

**Palabras clave:** token, blockchain, PYMES, contabilidad.

## **INTRODUCCION**

La relevancia de las criptomonedas ha fomentado una conducta en las personas y un interés por todo aquello que guarde relación con la tecnología del blockchain. Debido a la evolución de la economía digital, han aparecido nuevos términos alrededor del mundo y uno de ellos es conocido como “Token”; este es reconocido como la unidad de valor creada para gobernar modelos de negocios, dar más poder a sus usuarios y lograr repartir beneficios entre todos sus accionistas.

A causa del creciente auge de las criptomonedas y generalización en su uso, se hace necesario establecer unos criterios contables. Sin embargo, debido a los distintos usos que se les puede dar y a su reciente popularidad, no hay una legislación clara con respecto a su tratamiento contable, por lo que se debe recurrir a las consultas de las diferentes normas que existen como, las Normas Internacionales de Información Financiera, Normas de información financiera y de igual forma los boletines de aplicación emitidos por la federación.

Algunas empresas ya están usando las criptomonedas como un método de ahorro, de inversión a largo plazo o como protección financiera. Esta consideración ha llevado a un análisis de la relación entre los tokens criptográficos y la contabilidad financiera de las PYMES; estableciendo la relevancia del papel estratégico de los cryptoactivos en la perspectiva de la contabilidad y como estos influyen en el desarrollo de las actividades dentro de las empresas.

## **MONEDAS DIGITALES**

El dinero posee una participación fundamental en las economías basadas en el intercambio a través de los mercados, tanto nacionales como internacionales. Si nos detenemos a pensar en la enorme cantidad de intercambios o transacciones comerciales que se realizan, se aprecia la utilidad del dinero y como este ayuda al desenvolviendo de la sociedad. Es tal la importancia del dinero que lo han calificado como la sangre que circula por el sistema económico, el flujo vital que permite que éste funcione correctamente y fluya con normalidad.



De acuerdo con Sevilla y Pedroza (2020:1), “el dinero es todo aquel activo o bien que generalmente se acepta como medio de cobro y pago para realizar transacciones”. Por el contrario de lo que pueda creerse, el dinero no son solo los metales y papeles que acostumbramos a ver como monedas y billetes respectivamente, sino toda aquella clase de activos que una comunidad acepte como medio de pago.

Una vez observado lo fundamental que es el dinero, es posible desarrollar la idea de la innovación monetaria relacionada con las formas del dinero, que no necesariamente estaría relacionada con un régimen monetario o autoridad monetaria; pero este progreso ha sido fundamental para el perfeccionamiento de la función del dinero como medio de intercambio. El dinero, como una tecnología social, se ha desarrollado con la mejor tecnología disponible para ser utilizado ampliamente y volviéndolo sumamente versátil.

De este modo con el desarrollo de la tecnología social, hacen su aparición las criptomonedas, estas son un tipo de

moneda digital que emplea técnicas de cifrado para reglamentar la generación de unidades de moneda y verificar la transferencia de fondos, que opera de forma independiente y externa. En todo caso, es importante aclarar que la moneda digital es un tipo de moneda virtual que se crea y se almacena electrónicamente.

Barceló (2020) en su artículo titulado “Criptomonedas” define a estas como:

Un tipo de moneda digital que utiliza la criptografía para proporcionar un sistema de pagos seguro. Estas técnicas de cifrado sirven para regular la generación de unidades monetarias y verificar la transferencia de fondos. No necesitan de un banco central u otra institución que las controle. son aquellas que no existen de forma física, pero que sirven como moneda de intercambio (pág.1)

Basándonos en lo expresado anteriormente, el término “cripto” significa oculto o secreto, por lo tanto, la criptografía es el estudio de métodos de encriptación de la información, que lo que pretende conseguir es enviar mensajes de forma segura y privada;

encargada de la autenticación de datos. Dicho de otro modo, las criptomonedas son medios digitales de intercambio que usan criptografía fuerte para asegurar las transacciones y controlar la creación de unidades adicionales de valor.

### **TOKENS CRIPTOGRAFICOS**

Dentro de este contexto, es conveniente señalar que existen los tokens criptográficos o “Cripto-token”, estos son un tipo de criptomoneda que representa un activo o un uso específico que reside en su blockchain; de igual forma, pueden ser utilizados con fines de inversión, para almacenar valor o para realizar compras. De hecho, estas cadenas de bloques trabajan sobre un concepto de contratos inteligentes o aplicaciones descentralizadas, donde el código que se utiliza funciona para gestionar diversas operaciones.

Para Mougayar (2016:1), autor de “The bussines blockchain” un token es: “una unidad de valor que una organización crea para gobernar su modelo de negocio y dar más poder a sus usuarios para interactuar con sus productos, al tiempo que facilita la distribución y

reparto de beneficios entre todos sus accionistas”. De igual forma el autor da a entender que, el ser humano ha utilizado algún tipo de token para poder intercambiar bienes y servicios

Por otro lado, a nivel regulatorio, la Autoridad Europea de Valores (2021) define los Tokens criptográficos como: “cualquier representación digital que pueda tener valor, ser un derecho a recibir un beneficio, o por contrario que no tenga un propósito o uso específico”, mientras que el Banco Central Europeo (2022:1) los define como: “representaciones digitales de activos existentes, que permiten registrar esos activos mediante una tecnología diferente”.

Asimismo, hay que aclarar que las características que comparten las criptomonedas y los tokens son muy similares, pero esto no significa que ambos activos sean iguales. Una criptomoneda tiene un desarrollo desde cero para convertirse en un medio de intercambio versátil. Estas monedas digitales tienen su propia cadena de bloques y no depende de nada más para su funcionamiento. En todo caso, una criptomoneda es un sistema

tecnológico que se autorregula y gestiona.

Luego se encuentran los tokens, estos son elementos creados para representar cualquiera cosa, desde un objeto digital coleccionable como una imagen digital, entre otros. Aunque se pueden usar como medio de intercambio o pago, su función principal es representar valor para la persona. Estos además necesitan de una cadena de bloques en donde funcionar, por lo que no son auto sostenibles. Un ejemplo de tokens son los tokens no fungibles (NFT), sin la blockchain de Ethereum y su criptomoneda ether, no funcionarían.

### **ACTIVOS DIGITALES**

En la actualidad (2023), la situación de las criptomonedas en Venezuela ha mantenido una actitud muy cambiante, pues tras un largo periodo de prohibición de la minería, el gobierno venezolano decidió lanzar su propia criptomoneda o token criptográfico, llamada petro, y con el pasar del tiempo condujo a los más jóvenes a minar tanto petro como otras criptomonedas con incentivos. Las criptomonedas toman lo mejor del internet y de los

cálculos matemáticos, para permitir transacciones de dinero entre los países, personas y empresas sin que nadie pueda intervenirlas o manipularlas.

El petro posee elementos muy importantes de las monedas digitales, pero agrega otras características que lo potencian y lo hacen ver digno para su uso. De hecho, su valor no está definido por la especulación del mercado, lo que muchas veces provoca grandes fluctuaciones tanto al alza como a la baja. Este criptoactivo tiene todas las oportunidades para poner al mercado de monedas digitales a sus pies. Es crucial que cualquier activo digital venezolano, debe estar sujeto a ciertas reglas que se deberán respetar, para estar dentro los mejores estándares en la comunidad de criptomonedas, para generar confianzas y seguridad.

Otro punto importante y que se visualiza en las nuevas economías, son los activos digitales, estos representan un bien para las empresas o personas que lo posean, como lo considera Llamas (2021):

Son recursos de carácter intangible, ya que se basan en una construcción mediante datos informáticos. Estos datos, según se den, tendrán una serie de características que harán que se diferencien entre sí, tales como el formato en el que se apilen los datos, la forma de visualizarlos o su utilidad, entre otros factores. (pág.1)

No obstante, la moneda venezolana ha perdido la totalidad de su valor y poder de compra entre hiperinflación y depreciación constante que ocurre dentro de la economía del país. La mayoría de las transacciones se hacen por tarjeta de débito o transferencia bancaria, ya que el efectivo quedó prácticamente restringido al transporte público, pues es muy escaso y solo se puede retirar en un banco; lo cual se vuelve un poco complicado, ya que la mayoría de los bancos no están abiertos actualmente o no poseen suficiente efectivo.

Por ello, mantener el dinero a través de las criptomonedas se ha vuelto muy importante, ya que las criptomonedas poseen una característica muy especial y es que gozan de una cobertura o “hedge” contra la inflación; los bitcoins

son fundamentalmente, un activo deflacionario, motivo por el cual los ciudadanos de países con monedas inestables lo usan cada vez más como reserva de valor, protegiéndose así contra la hiperinflación y el incremento del coste de los bienes y servicios cotidianos.

Para Peiro (2020:1), un hedge fund, es un: “vehículo de inversión alternativa o fondo de alto riesgo en el que los gestores toman decisiones de inversión con menos limitaciones legales. Una de las características de los hedge funds es su flexibilidad a la hora de tomar decisiones de inversión”. Es decir, pueden invertir con menos limitaciones legales. Así, un fondo de inversión normal por ley estará limitado a no invertir más de un porcentaje.

En síntesis, la inestabilidad política y económica del país lleva a buscar mecanismos para proteger los ingresos y esa es una de las razones por las que Venezuela se encuentra entre los primeros países que usan criptomonedas. Es importante señalar que cuando una población no tiene confianza en la moneda que emite su gobierno dentro de las economías



actuales, estos suelen utilizar recursos digitales que le garanticen cierta estabilidad monetaria y salvaguardar el valor de sus bienes.

### **ENFOQUES INNOVADORES**

La innovación es un elemento clave que se enlaza con la cripto, para Hellriegel (2021:1) “la innovación se refiere al descubrimiento, identificación y diagnóstico de problemas inusuales y ambiguos y/o al desarrollo de soluciones únicas o creativas”. De igual manera, la innovación es un proceso que introduce novedades o mejoras en elementos, ideas o protocolos ya existentes o crea nuevos que tengan un impacto positivo en el mercado.

Si bien es cierto, durante las últimas décadas hemos tenido relevancia en materia de tecnología, donde predomina el uso de los criptoactivos a nivel transaccional, bien sea como medio de pago de productos y servicios o como uso para inversiones. De esta manera la regulación en materia de criptoactivos va tomando mayor importancia a nivel mundial y su tratamiento contable no es la excepción; en este sentido es

importante resaltar que de acuerdo a las regulaciones de cada país en materia de tokens se establecen varios mecanismos para el registro contable.

Por lo tanto, el uso y registro correcto de este tipo de activos dentro de las empresas, para así minimizar los riesgos fiscales y financieros que derivan del uso de los mismos; en este ámbito la tecnología blockchain tiene una gran utilidad, debido a las diversas operaciones que se realizan en ella. es un almacenamiento abierto de códigos, por lo que permite que la información sea más clara, precisa, y lo más importante es que de forma tiene mayor dificultad para modificar.

De este modo, IBM (2023:1) define en su página web al blockchain como “un libro mayor compartido e inalterable que facilita el proceso de registro de transacciones y de seguimiento de activos en una red de negocios. Un activo *puede* ser tangible o intangible”. En el mismo orden de ideas, los objetos de valor pueden rastrearse y comercializarse en una red de blockchain, reduciendo así el riesgo y los costes para todos los involucrados.

A través del registro de todas estas transacciones, utilizando los principios esenciales de la contabilidad financiera se puede medir el comportamiento financiero de este tipo de activos, de forma que se tenga un equilibrio económico en cada área contable y permita crear estrategias con base a los informes financieros mejorando las actividades económicas y desarrollo de las empresas. Todo esto con el fin o propósito de brindar información de calidad fundamental para la toma de decisiones económicas a corto, mediano y largo plazo.

### **CONTABILIDAD FINANCIERA**

La contabilidad ha sido de los principales aliados en las actividades comerciales que realizan, entre ellas se encuentran las compras, ventas, control de producción dentro de las entidades y organizaciones; conforme a lo que planteó, Cortés (2021) define a la contabilidad cómo:

La recopilación, el registro y la interpretación continuos y sistemáticos de información determinada. En detalle, la contabilidad es un sistema que permite procesar los datos relativos a todas las transacciones comerciales

y las obligaciones expresadas en términos financieros en una empresa (pág.1)

De tal forma se puede decir, que la contabilidad es una herramienta esencial para cualquier empresa, ya que se encarga de registrar y clasificar las transacciones financieras que se realicen en ella, para facilitar información útil en la toma de decisión. Dentro de la contabilidad hay varias áreas, como la contabilidad financiera, la contabilidad de costos y la contabilidad gerencial; cada una de estas áreas se enfoca en diferentes aspectos del registro y análisis de la información financiera.

La contabilidad financiera es el área de la contabilidad que genera información dirigida a los distintos usuarios externos de la empresa, tales como accionistas, proveedores y entidades bancarias. Está contabilidad registra, resume y elabora reportes que derivan de las actividades y operaciones financieras de la empresa, por ende, permite contar con el registro histórico de cómo evoluciona la misma.

El Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados (AICPA, 2017) ha definido la Contabilidad Financiera como: “el arte de registrar, clasificar y resumir de manera significativa en términos de dinero las transacciones y eventos que, en parte, al menos de carácter financiero e interpretar los resultados de los mismos”. De igual forma, la Asociación Americana de Contabilidad (2018:1) define la contabilidad como “el proceso de identificar, medir y comunicar la información económica para permitir juicios y decisiones informadas a los usuarios de la información”.

En el área de los activos digitales, la contabilidad financiera juega un rol importante en el registro y valoración de estos activos, ya que existen diferentes tipos de tokens y de blockchain, debido que son unas cadenas de datos que se interrelaciona, y cada uno de ellos tiene un tratamiento distinto. Esto ocurre por el uso que las empresas le dan a cada tipo de token, pueden ser un medio de pago, una inversión, o incluso pueden ser la actividad económica principal de una empresa.

## **DESARROLLO EMPRESARIAL**

El desarrollo en las empresas es significativo debido a que el proceso de innovación contribuye a fortalecer las habilidades de los trabajadores que integren la empresa; ahora bien, según Delfín y Acosta (2016) señala que el desarrollo empresarial:

Articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano (pág.4)

Parte del desarrollo empresarial implica integrarse al mundo digital, es por esto que las empresas deben gestionar de forma correcta el conocimiento acerca de la blockchain, para así aprovechar las ventajas de esta como la mayor eficiencia que brinda al ser bases de datos rápidas y potentes que permiten automatizar procesos y reducir intermediarios.

De igual forma, contribuyen a la reducción de errores, debido a que la entrada de datos en la blockchain es más precisa, evitando duplicidades y discrepancias, además ayuda a reducir fraudes garantizando mejor seguridad, transparencia y trazabilidad de los datos. Todo esto es un proceso de protección de la privacidad e integridad de la información que yace en un sistema confiable para los usuarios y empresas alrededor del mundo.

Los tokens y criptoactivos ofrecen a las empresas las nuevas oportunidades de generar valor, con la innovación como elemento diferenciador frente a otras empresas dentro del mercado digital, por lo que la tenencia o comercialización de criptoactivos les permitiría atraer nuevos consumidores y generar mayores ingresos. De igual forma podrían proteger y monetizar la propiedad intelectual de alguna marca, de algún creador o desarrollador.

Para Núñez, Pablo (2021:1), existe dentro del mercado digital, el comercio electrónico, el cual definen como “el traslado de transacciones normales, comerciales, gubernamentales o personales a medios computarizados

vía redes de telecomunicaciones, incluyendo una gran variedad de actividades”. Entonces, todas las transacciones en internet que una empresa podría realizar en mercados se le denomina comercio electrónico.

La blockchain, criptoactivos y tokens pueden facilitar la internacionalización de cualquier empresa desde el momento de su creación, sin embargo, los criptoactivos cada día están sujetos a regulaciones más complejas, por lo que representa un desafío para las empresas que requiere de profesionales con competencias específicas en este campo, que puedan diseñar e implementar estrategias adecuadas.

## **REGULACION LEGAL**

El tratamiento contable de criptomonedas en Venezuela es un tema complejo, debido a que aún no existe oficialmente una normativa que indique cuáles son los lineamientos para reconocer y presentar en los estados financieros, los bitcoins o petros; esto se debe a que las criptomonedas son un tema básicamente nuevo dentro de la contabilidad, a pesar de que en el



mundo ya se conocía el termino, no se habían promulgado ninguna norma que controlara su presentación en la contabilidad de las empresas.

Dentro de este orden de ideas, la Superintendencia Nacional de Criptoactivos y Actividades Conexas (SUNACRIP), envió un mensaje a la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela, que tenían el poder para la creación de las normas técnicas y contables para regir esta materia en todo el país. Entonces, el gremio de contadores anunció que ya se tiene disponible para consulta pública el proyecto de Boletín de Aplicación de los VEN-NIF número 12, versión cero, sobre el “tratamiento contable de la tenencia de criptoactivos en los estados financieros” y su debida presentación.

Esto significaba, que, una vez aprobada la norma, será de uso obligatorio para el ejercicio de la contaduría pública en Venezuela. El BA VEN-NIF 12 (2020:1) expresa a los criptoactivos como: “norma general y abarca a todos los que emita el gobierno, pero también a todos los que estén en el mercado en el mundo de las

transacciones de este tipo”. Es importante señalar que esta normativa regirá solo la tenencia propia de criptomonedas, es decir, no involucra, la minería digital ni los fondos que los usuarios mantengan en custodia por terceros.

El primer aspecto que se establece en este boletín es el principio de reconocimiento de las criptomonedas. Este plantea que las personas o entidades deben tomar para plasmar, en sus estados financieros, su propiedad sobre bitcoin o petros. También la BA VENNIF 12 (2020:1) señala que, “una entidad reconocerá en su información financiera la tenencia de un criptoactivo ya sea corriente o no corriente, cuando obtenga el control mediante un mecanismo de almacenamiento y gestión seleccionado y que de él espere obtener beneficios económicos”.

Además, la norma también da a entender que una entidad tiene control sobre un criptoactivo cuando este se encuentre resguardado en una wallet u otro programa informático que sea manejado por la entidad de manera directa o indirecta y que le permita

realizar transacciones con el criptoactivo. El boletín también hace referencia a cuando un usuario se “despoja” de un criptoactivo, es decir, cuando ya no le pertenece; esto ocurre cuando han sido transferidos a terceros.

Después de que los usuarios han reconocido la propiedad directa de sus criptomonedas bajo criterios antes expuestos, los estados financieros deben reflejar una medición sobre el valor que posean esos bitcoins, existe tres maneras para determinar esa cifra:

1. Medir el valor de acuerdo al costo del mercado.
2. Se adquieren criptomonedas, a cambio de varios activos no monetario.
3. Si se alcanza una nueva fecha de medición, el valor de las criptomonedas se medirá al precio más actualizado.

Por otra parte, las criptomonedas en los estados financieros serán presentadas como activos corrientes o no corrientes, según tiempo que se conservan. Esto quiere decir que un criptoactivo es corriente cuando una persona o empresa, opera dentro de los 12 meses siguientes al período sobre el que se informa, el resto del tiempo será

considerado como no corriente. El boletín también da a entender que los estados financieros deben tener una separación dentro los elementos que lo conforman, detallando la intención de uso de las criptomonedas, lo que quiere decir que hay que separar los criptoactivos, si son corrientes o no.

Entonces, las personas o empresas que presenten sus estados financieros y que además incluyan criptoactivos deberán revelar información como, los tipos de criptomonedas que controlan, naturaleza de las actividades de cada grupo de criptomonedas, fuente de medición base, conciliación de los cambios en el libro de criptoactivos entre el comienzo y el final del período corriente.

Si bien es cierto, que existe una norma específica que abarca las criptomonedas y lo referente a su contabilización; dicha norma no abarca los tokens criptográficos como es el caso de los NFT o tokens no fungibles. Esta clase de activo digital es sumamente innovador y aunque algunas empresa o personas trabajen con él, existe un vacío en la norma y esto hace que su registro contable

dentro de las empresas, se vuelva un punto muy delicado a tratar; básicamente es tener un activo que genera valor, pero no se registra dicha ganancia y dicho activo.

## REFLEXIONES

Los tokens criptográficos están cambiando el entorno y funcionamiento de las empresas al proporcionar una forma segura y transparente de verificar la propiedad de ciertos activos. También brindan una plataforma para que las organizaciones realicen un seguimiento de sus transacciones financieras de manera precisa, lo que podría conducir a prácticas contables más eficientes. No solo son beneficiosos para las empresas, sino también para las personas que desean asegurarse de que sus activos estén seguros y protegidos.

Estos activos digitales se han convertido en un activo cada vez más importante en el mundo moderno, ya que son utilizados para almacenar y administrar inversiones en activos digitales. No cabe duda, tienen una variedad de propósitos, como brindar acceso a servicios o productos, representar una participación en una

empresa u organización, o usarse como forma de pago. Con su creciente popularidad entre inversores y organizaciones, los tokens criptográficos se están convirtiendo en una parte esencial de la economía digital; incluso, brindan una plataforma para que las organizaciones creen nuevos instrumentos financieros, como monedas digitales respaldados por activos.

Al aprovechar esta tecnología, las empresas pueden reducir los costos asociados con las prácticas contables tradicionales mientras crean formas más eficientes de administrar sus activos. No obstante, existen ciertas complicaciones con esta clase de activos, por un lado, no están bajo la supervisión o el control de los gobiernos y los bancos centrales; además que los procedimientos para interactuar con redes de criptomonedas pueden ser complicados y complejos para muchas personas, resultando en fallas y error muy graves.

Los activos digitales están revolucionando la forma en que operan las empresas y las organizaciones,

proporcionando un entorno más seguro, transparente y fiable para la contabilidad financiera y la gestión de activos. Con los tokens criptográficos, las empresas pueden adaptarse rápidamente al entorno tecnológico cambiante, sin preocuparse por las debilidades presentes en los métodos tradicionales de gestión de activos. A medida que el mundo continúa evolucionando a un ritmo acelerado, los tokens serán esenciales para ayudar a las empresas a mantenerse al día con el entorno en constante cambio.

## REFERENCIAS

Arias, Fidias (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. Editorial Episteme, C.A. Caracas.

BA VEN NIF N°12 Vol. 0 (2020). Tratamiento Contable de la Tenencia de Criptoactivos. [Material en línea]. Disponible: [Tratamiento Contable de la Tenencia de Criptoactivos. BA Ven Nif 12 V0 \(planincorp.com\)](https://www.planincorp.com/BA-Ven-Nif-12-V0)

Barcelo, Iris (2020). Criptomonedas. [Material en línea]. Disponible: <https://economipedia.com/definiciones/criptomoneda.html> [Consulta:2023, marzo 13].

Barroilhet, Agustín (2019). Criptomonedas, economía y derecho. Revista chilena de derecho y tecnología vol.8 no.1, Santiago. [Artículo en línea]. Disponible: [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-25842019000100029)

[sci\\_arttext&pid=S0719-25842019000100029](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-25842019000100029). [Consulta:2023, enero 26].

Bernal, César (2010) Metodología de la investigación. [Libro en línea] Disponible: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf> [Consulta: 2023, marzo 12]

Cortes, Diana (2022). Conceptos básicos y objetivos de la contabilidad [Material en línea]. Disponible: <https://www.cesuma.mx/blog/conceptos-basicos-y-objetivos-de-la-contabilidad.html#> [Consulta:2023, marzo 13].

Delfín, Flor y Acosta, María (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial [Artículo en línea]. Disponible: <https://www.redalyc.org/journal/646/64646279008/html/> [Consulta:2023, marzo 13].

Fábregas, Leandro (2022). Aspectos regulatorios de los principales tokens criptográficos. [Material en línea]. Disponible: <https://letslaw.es/tokens-criptograficos/#> [Consulta:2023, marzo 13].

Fernández, Carlos (2021). Los 'tokens', un mercado que sobrevuela la realidad. El País, periódico global, España [Artículo en línea]. Disponible: <https://elpais.com/economia/2021-04-12/los-tokens-un-mercado-que-sobrevuela-la-realidad.html> [Consulta:2023, marzo 23].

Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (2010). Metodología de la investigación. Editorial Limusa S.A. de CV. México.



[Libro en línea]. Disponible: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>. [Consulta:2023, febrero 15].

IBM (2023). Visión general de Blockchain [Material en línea]. Disponible: <https://www.ibm.com/es-es/topics/blockchain> [Consulta:2023, marzo 13].

Llamas, Jonathan (2021). Activos Digitales [Material en línea]. Disponible: <https://economipedia.com/definiciones/activos-digitales.html> [Consulta:2023, marzo 13].

Miranda, David (2022). ¿Qué son las criptomonedas y cómo funcionan? National Geographic, España. [Artículo en línea]. Disponible: [https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/que-son-criptomonedas-y-como-funcionan\\_16981](https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/que-son-criptomonedas-y-como-funcionan_16981) [Consulta:2023, enero 28].

Monje, Carlos (2011) Metodología de la investigación Cualitativa y Cuantitativa Guía Didáctica [Libro en línea] Disponible: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf> [Consulta: 2023, febrero 15]

Núñez, Pablo (2021). Relevancia del comercio electrónico en los acuerdos de Chile [Material en línea]. Disponible: <https://es.linkedin.com/pulse/relevancia-del-comercio-electronico-en-los-acuerdos-n-gonzalez> [Consulta: 2023, marzo 16]

Pegannio, Marcos (2021). Token y tokenización: ¿Qué es y para qué sirve? [Material en línea]. Disponible: <https://www.obsbusiness.school/blog/t>

oken-y-tokenizacion-que-es-y-para-que-sirve [Consulta:2023, marzo 13].

Piero, José (2020). Hedge Fund [Material en línea]. Disponible: <https://economipedia.com/definiciones/hedge-fund.html> [Consulta:2023, marzo 13].

Plazas, Nathalia (2021). ¿Qué son las criptomonedas y a qué se debe su vertiginoso auge? France 24 página web, Santiago. [Artículo en línea]. Disponible: <https://www.france24.com/es/economia/20211224-criptomonedas-bitcoin-blockchain-especulacion-mineria> [Consulta:2023, marzo 16].

Reyes, Emmanuel (2021). ¿Qué es el comercio electrónico? [Material en línea]. Disponible: <https://www.emprendedorinteligente.com/que-es-el-comercio-electronico/> [Consulta:2023, marzo 13].

Reyes, Emmanuel (2022). ¿Qué es la innovación? [Material en línea]. Disponible: <https://www.emprendedorinteligente.com/que-es-la-innovacion-segun-autores/> [Consulta:2023, marzo 13].

Sevilla, Andrés y Pedrosa, Steven (2020). El Dinero. [Material en línea]. Disponible: <https://economipedia.com/definiciones/dinero.html> [Consulta:2023, marzo 13].

Thompson, Janneth (2008). Concepto de contabilidad [Artículo en línea]. Disponible: <https://www.promonegocios.net/contabilidad/concepto-contabilidad.html> [Consulta:2023, marzo 13].

## **ADMINISTRATIVE MANAGEMENT AND ITS INFLUENCE ON THE EFFECTIVENESS OF PROCESSES IN AN ORGANIZATION**

Yotsibeth Galvis

### **SUMMARY**

The fundamental objective of this scientific article is to analyze the significant role that good administrative management entails for the effectiveness of the processes carried out in an organization. This understands that the use of administrative management is essential for any company, since through it all activities can be coordinated to better use resources and obtain better results. The good application of administrative management involves the development of the administrative process, from the essential functions it involves: planning and organizing the organizational structure, as well as defining positions that make up the company, as well as the direction and control of each activity. Based on this purpose, through a study that is approached from the documentary perspective at a descriptive level for obtaining and managing information, in this way addressing everything related to the axes of study, such as administrative management. and effectiveness in achieving the established purpose. In this way, it is concluded that administrative management is responsible for using resources in a coordinated and efficient manner, therefore, all functions are organized in such a way that the most appropriate management of these within the organization can be directed and controlled.

Keywords: management, effectiveness, information, resources.

## **LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA PARA LA EFICACIA DE LOS PROCESOS EN UNA ORGANIZACIÓN**

### **RESUMEN**

El objetivo fundamental de este artículo científico es analizar el rol significativo que conlleva una buena gestión administrativa para la eficacia de los procesos que se realizan en una organización. Esto comprende que el uso de la gestión administrativa es fundamental para cualquier empresa, puesto que por medio de ella se pueden coordinar todas las actividades para usar mejor los recursos y obtener mejores resultados. La buena aplicación de la gestión administrativa implica el desarrollo del proceso administrativo, desde las funciones esenciales que involucra: planificar y organizar la estructura organizacional, así como definir cargos que conforman la empresa, además la dirección y control de cada actividad. En función de tal propósito, a través de un estudio que se aborda desde la perspectiva documental a un nivel descriptivo para la obtención y manejo de la información, de esta manera abordar todo lo relacionado con los ejes de estudio, como lo son la gestión administrativa y la eficacia en pro de alcanzar el propósito establecido. De esta manera se concluye que la gestión administrativa se responsabiliza de utilizar

coordinada y eficientemente los recursos, por ello, todas las funciones se organizan de manera que se pueda dirigir y controlar el manejo más adecuado de éstos dentro de la organización.

**Palabras clave:** gestión, eficacia, información, recursos.

## **INTRODUCCIÓN**

La gestión administrativa es de gran importancia en una organización, ya que representa las bases para la ejecución y potenciación de las tareas internas, con la finalidad de cumplir los objetivos propuestos. Resulta indiscutible que, para lograr los objetivos establecidos, se requiere la participación de personas capacitadas, que conozcan el área y se desenvuelvan de forma eficiente, en efecto, en la gestión administrativa se aplican diferentes técnicas y procedimientos para darle un uso más eficiente a los recursos humanos, financieros y materiales que tiene una organización.

Con esta investigación se pretende explicar la importancia que tiene una buena gestión administrativa en la eficacia de los procesos administrativos en las organizaciones. El uso de los recursos se orienta en función de los objetivos que persigue la empresa, es decir, la gestión administrativa se responsabiliza de

utilizar coordinada y eficientemente los recursos. Por ello todas las funciones se organizan de manera que se pueda dirigir y controlar el manejo más adecuado de éstos. Estas funciones son la planificación, la organización, la dirección, la coordinación y el control.

### **Gestión administrativa**

Al referirse a la gestión administrativa se hace referencia al propósito de una organización orientado a la utilización y aprovechamiento eficiente de los recursos que se encuentran disponibles, para sostener una producción fluida, generar más ganancias, asegurar la rentabilidad, promover la resiliencia y garantizar el crecimiento de la empresa u organización. En palabras de Chiavenato (2007), la gestión administrativa “es la realización de acciones, con el objeto de obtener ciertos resultados, de la manera más eficaz y económica posible”.

En efecto, en la gestión administrativa se aplican diferentes técnicas y procedimientos para darle un uso más

eficiente a los recursos humanos, financieros y materiales que tiene una organización. El uso de los recursos se orienta en función de los objetivos que persigue la empresa, es decir, la gestión administrativa se responsabiliza de utilizar coordinada y eficientemente los recursos. Por ello todas las funciones se organizan de manera que se pueda dirigir y controlar el manejo más adecuado de éstos. Estas funciones son la planificación, la organización, la dirección, la coordinación y el control, además, la gestión administrativa permite mediante la conducción racional de tareas, esfuerzos y recursos prevenir problemas futuros y sobre todo lograr la consecución de resultados favorables para la empresa.

Es importante mencionar que la gestión administrativa está a cargo del gerente administrativo, que supervisa las operaciones de la organización y se asegura de que el flujo de información sea efectivo y de que los recursos se empleen de manera eficiente, aportar valor agregado a la organización, dado que puede identificar prácticas obsoletas y

desarrollar procesos que contribuyan a la mejora.

En torno a esto Mendoza (2017), citado por Peña (2022:122) explica lo siguiente; “La gestión administrativa tiene un carácter sistémico, al ser portadora de acciones coherentemente orientadas al logro de los objetivos a través del cumplimiento de las clásicas de la gestión en el proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar”. En relación a lo citado, la gestión administrativa es la encargada de orientar las acciones y orientarlas al logro de los objetivos a través del cumplimiento de los procesos administrativos, organizados en función de mejoras progresivas de la empresa y la participación de todos los que hacen vida en ella.

### **Proceso administrativo**

Un proceso administrativo consiste en un conjunto secuencial de acciones ejecutadas para alcanzar un determinado objetivo, en el medio microeconómico, un proceso consiste en una secuencia lógica y planificada de etapas que se cumplen con la intención de alcanzar cierto propósito. Así pues, la estructuración de procesos es imprescindible para que las



organizaciones puedan llevar a cabo sus actividades y alcanzar excelentes resultados. En líneas generales y de acuerdo con el autor Juan Pablo Amador (2003) establece que: “El proceso administrativo se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades.”

En función de lo anterior, el proceso administrativo se concibe como un conjunto de etapas cuyo propósito es conseguir los objetivos de una empresa u organización de la forma más eficiente posible, este término fue creado por el ingeniero francés Henry Fayol quien enfatizaba la importancia de la doctrina administrativa y creó un modelo inspirado en el método científico en el cual estructuraba la función administrativa en cinco componentes previsión, organización, dirección, coordinación y control, con el paso del tiempo estos componentes han sufrido variaciones sin embargo la división más aceptada es planificación, organización, dirección y control. En este sentido el proceso administrativo es el mecanismo que proporcionara a

la empresa el cumplimiento de sus objetivos trazados, este proceso es continuo y cíclico pues se trata de una constante reevaluación de las metas propuestas y alcanzadas.

Por su parte Muños et al (2020) menciona la definición de procesos administrativos de diferentes autores:

En palabras de Chiavenato (2001) es una teoría en creciente expansión y aplicación, esta teoría se dedicó especialmente a lo que es el estudio de algunos aspectos y variables de la organización, y era orientada a los problemas que presentara desde su punto de vista de aplicación, luego fue expandiéndose y ampliando su objetivo de estudio de manera paulatina (pág. 32).

Caurin, (2018:32) se plantea que: “el proceso administrativo es un flujo continuo que permite la correcta administración de cualquier organización con la meta fundamental de conseguir los objetivos generales planteados por la empresa”.

En relación a lo citado anteriormente por los autores, podemos expresar que los procesos administrativos son de gran importancia para la administración, ya que ayudan al logro

de los objetivos planteados por la organización a través de un procedimiento transparente que permita prevenir problemas a futuro y si estos ocurriesen poder solucionarlos.

El objetivo de los procesos administrativos es lograr la eficiencia y eficacia en el uso de los recursos disponibles para la consecución de los objetivos organizacionales. Estos procesos incluyen la planificación, organización, dirección y control de las actividades de la empresa para alcanzar los resultados deseados de manera efectiva y eficiente. Además, los procesos administrativos buscan mejorar la toma de decisiones, la coordinación entre las diferentes áreas y la adaptación a los cambios del entorno externo, por ello, es importante conocer los cuatro elementos más relevantes que componen un proceso administrativo.

### **Componentes del proceso administrativo de una empresa**

Entre los diferentes procesos relevantes para las empresas, destacamos el proceso administrativo, una secuencia de etapas cuya finalidad es asegurar que la empresa alcance sus objetivos, maximizando su

eficiencia, en la actualidad, la división cuatripartita, de cuatro fases, es la más aceptada universalmente: planeación, organización, dirección y control. Creado por Henry Fayol, el proceso administrativo es cíclico y está compuesto por las siguientes etapas o funciones administrativas:

**Planificación:** se trata de una acción primordial pues se deben establecer las metas o resultados que se quieren alcanzar o de lo contrario sería una improvisación que garantizaría un declive seguro de la empresa por ello se debe delimitar lo que serán los objetivos y las acciones para lograrlos de manera organizada, sistematizada y detallada. Para ello, se definen los objetivos y metas corporativas, así como los medios que deben emplearse para alcanzarlos con éxito. El desarrollo de un plan consiste en una ruta de acción que reduce la incertidumbre y eleva a la potencia la probabilidad de éxito.

**Organización:** Este componente referencia a las relaciones que deben existir entre las unidades administrativas, se trata de asignar funciones, autoridad,

responsabilidad y jerarquía a través de la agrupación y orden de actividades que permitan el alcance de los propósitos establecidos, siendo su propósito principal definir objetivos específicos a las actividades corporativas. Así mismo este componente aporta factores de utilidad a la empresa por medio del análisis y estudio de las jerarquías, su función y trabajo. El perfil de quien se encarga de la organización debe tener los objetivos claros y garantizar su cumplimiento mediante el orden la disciplina, la responsabilidad y la equidad.

**Dirección:** Con enfoque práctico y dinámico, esta etapa abarca medidas de motivación y recompensa en aras de estimular que los colaboradores manifiesten una postura positiva y orientada a la realización de las actividades, debidamente planificadas y organizadas. De igual manera es importante que se encuentre presente la habilidad para articular programas de acción, esto será el garante del éxito de la empresa de igual manera va de la mano con este componente.

Según lo planteado por Koontz y Weihrich (2002) “la dirección consiste en coordinar el esfuerzo común de los subordinados, para alcanzar las metas de la organización, a través de la cooperación para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación y supervisión”. En contraste a esto, la dirección tiene como propósito fundamental el rendimiento máximo de los empleados teniendo como interés en común el cumplimiento del objetivo para esto se requieren cualidades personales que fomenten el liderazgo y el trabajo en equipo tanto en pequeñas como en grandes empresas.

**Control:** en esta última fase del proceso, se encuentra el componente del control donde se verifica si todo marcha en la empresa con normalidad y el plan establecido para el cumplimiento de los objetivos concuerda con los logros obtenidos, de no ser así se deben realizar ajustes necesarios que se apeguen al plan inicial, localizando puntos débiles, modificarlos y evitar que se vuelvan

a repetir. Siempre existe por lo menos una probabilidad de que un plan falle y ahí radica la importancia del control, se trata de establecer mejor calidad, evitar la resistencia al cambio para aumentar la competitividad, proporcionar valor a los servicios y tomar las medidas correctivas que sean necesarias para impulsar el desarrollo de la empresa.

En síntesis, a lo planteado, el proceso administrativo es de gran importancia para cualquier organización ya que guía el éxito de su funcionamiento diario y establece una base para el cumplimiento de sus objetivos; por tanto, sus componentes son imprescindibles para gerenciar de manera efectiva y es importante que todo el personal las maneje para que en común si persigan los mismos logros empresariales. El proceso administrativo, asegura que las actividades planificadas se realicen en tiempo y forma. Bajo una óptica dinámica, los gestores analizan los puntos positivos y negativos del plan

para, posteriormente, modificarlo y obtener resultados más potentes

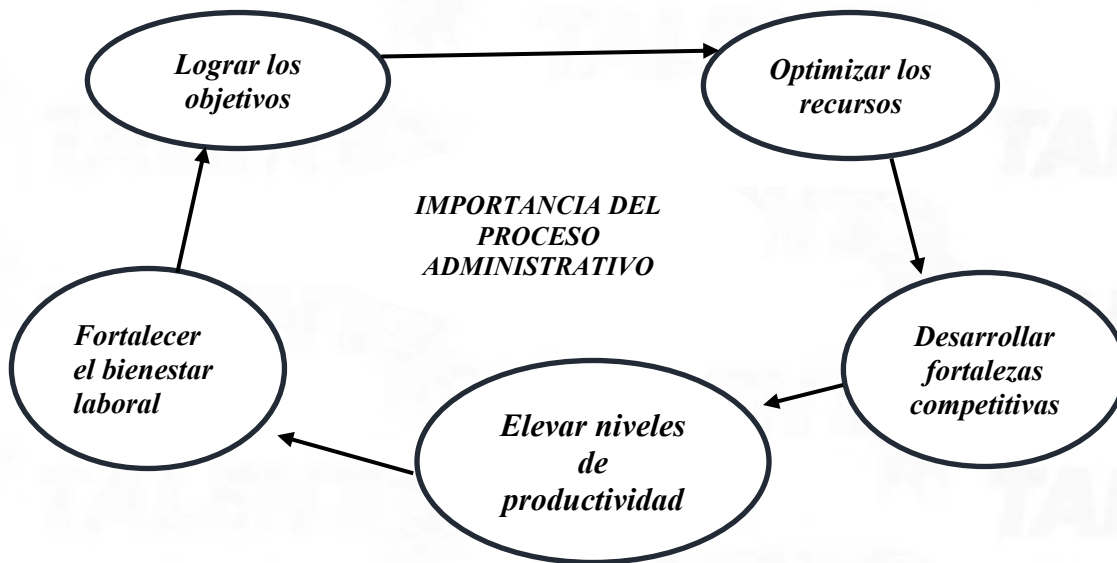
### **Importancia del proceso administrativo**

El proceso administrativo es importante porque integra una serie de funciones que le dan a la empresa u organización la estructura y el impulso necesario para lograr sus objetivos, además, brinda el soporte para su estabilidad y su crecimiento a futuro, sin olvidar que reduce la incertidumbre e incrementa sus posibilidades de éxito, en general, la aplicación del proceso administrativo resulta de gran importancia para las empresas porque las faculta para:

- Hacer un mejor uso de sus recursos.
- Desarrollar sus fortalezas competitivas.
- Elevar sus niveles de productividad.
- Fortalecer el bienestar laboral de sus integrantes.
- Encaminar los esfuerzos individuales hacia la consecución de los objetivos colectivos.



**DIAGRAMA DEL PROCESO ADMINISTRATIVO**



A través del diagrama, el proceso administrativo se representa como una consecución de fases, de las cuales se lleva a cabo la práctica administrativa con el objetivo de aprovechar al máximo los recursos de la organización y así lograr los mejores resultados posibles. Por su parte, Guerrero y Galindo (p. 12), indican que la importancia del proceso administrativo está en que faculta a la empresa para:

- Orientarse al futuro.
- Facilitar la coordinación de decisiones más asertivas.
- Resaltar los objetivos organizacionales.
- Determina anticipadamente qué recursos se van a necesitar para

que la entidad opere correctamente.

- Diseñar métodos y procedimientos de operación.
- Mejorar los sistemas de trabajo evitando operaciones inútiles.
- Disminuir riesgos.
- Reducir al mínimo o eliminar el trabajo no productivo.
- Aminorar costos.
- Llevar la comunicación a todos los niveles horizontal y verticalmente.
- Seleccionar, orientar, capacitar y desarrollar al personal calificado para cada puesto.

En este sentido, Pereyra (p. 24), señala que la importancia del proceso administrativo para las empresas se ve reflejada en que:

- Se encarga de coordinar al personal y a sus tareas.
- Sirve de guía ante posibles dificultades.
- Sistematiza operaciones.
- Estructura y divide el trabajo con base en los recursos disponibles.
- Desarrolla las habilidades, capacidades y competencias de cada persona dentro de la organización.
- Podemos concluir, que el proceso administrativo es crucial para la planificación, organización, dirección y control de una organización y ayuda a lograr una gestión óptima para alcanzar los objetivos organizacionales. También es importante mencionar que la dirección administrativa es responsable de establecer y llevar a cabo las estrategias y objetivos de una organización.

#### **Dirección administrativa en la organización: una visión de gestión**

La dirección administrativa es el conjunto de funciones existentes en una organización, que buscan la toma de decisiones y estrategias favorables para la misma, en el ámbito empresarial y de la gestión de las organizaciones, la dirección administrativa comprende una fase vital para la empresa. En ese sentido, este tipo de dirección supone la necesidad de concentrar, en una determinada estructura, la capacidad de liderar y gestionar el porvenir y procesos de una organización. Por ello, esta fase de gestión empresarial se basa en gran medida en la recopilación de información acerca del funcionamiento de una organización, al mismo tiempo, precisa datos de su entorno económico y la adaptabilidad de la empresa a este.

Esto quiere decir que la valoración e interpretación de dicho material económico y coyuntural debe permitir al gestor la adopción de medidas y estrategias empresariales beneficiosas o de éxito, a su vez, la dirección administrativa asume la labor de guiar y coordinar al resto de departamentos pertenecientes al organigrama de la sociedad en cuestión. Asimismo, un

proceso administrativo empresarial es un conjunto de pasos o etapas a seguir para la gestión de los recursos internos, que abarcan el capital humano, material, tecnológico y financiero. Dicta los procedimientos para que estos se realicen de una manera más eficiente y alineada con los objetivos de la organización.

Es importante resaltar que la Dirección Administrativa es una de las funciones más importantes dentro del propio proceso administrativo en la que se aplica todos los conocimientos adquiridos para poder llevar a cabo toda la toma de decisiones importantes dentro de la organización. Es una labor complicada y de alta responsabilidad que está muy relacionada con el control y la retroalimentación dentro del proceso administrativo y que, o la llevan directamente los gerentes o recae sobre figuras con liderazgo y autoridad dentro de las organizaciones y que tiene como misión que los objetivos trazados por la empresa se cumplan. Esto significa que se debe de saber lidiar con imprevistos, corregir sobre la marcha y a menudo tomar decisiones estratégicas. Con el transcurrir de los años, las teorías de

organización se han focalizado en centrarse cada vez más en la Dirección Administrativa, una fase dinámica y que depende mucho de otras disciplinas humanísticas como la psicología, la sociología o la neurociencia, entendiendo el proceso desde la perspectiva de las personas y, por tanto, de todos aquellos procesos que intervienen en su comportamiento. Pretender separar la parte humanística de la dirección en el proceso administrativo es un auténtico fracaso, tanto para el propio proceso de gestión como para la empresa a nivel interno.

El propósito de la dirección administrativa es llegar a ser un personal altamente cualificado para actuar como asistente en los órganos de Dirección y Gestión de una empresa, uniendo las habilidades sociales acordes con el puesto tales como la gestión, negociación, diplomacia y el liderazgo.

Liderazgo no solo se trata de asesorar o tomar decisiones y velar por su implementación, sino también mantener abierto el canal de retroalimentación y control que permita junto con la Dirección valorar la eficacia de los cambios producidos. Esto con la

finalidad de poner en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización, para lograr los objetivos planificados, mediante el uso de los recursos disponibles de manera eficiente y eficaz

### **Reflexiones finales**

Para toda organización es de gran importancia que en la gestión administrativa se utilicen de forma eficaz los recursos de la organización con la finalidad de conseguir los objetivos que se hayan planteado en un período de tiempo determinado, los cuales deben estar destinados a las mejoras y cambios en el cumplimiento las metas, los modelos de gestión administrativa cumplen con la finalidad de optimizar la ejecución de los diferentes procesos que se realizan para lograr los objetivos, seguidamente, los procesos administrativos son el conjunto de pasos o etapas a seguir para la gestión de los recursos internos, que abarcan el capital humano, tecnológico y financiero y los procedimientos para que estos se realicen de una manera más eficiente y alineada con los objetivos de la organización.

Es de gran relevancia la gestión administrativa, ya que se puede controlar y coordinar las acciones y los distintos roles que se desempeñan dentro de la empresa permite prevenir problemas futuros y sobre todo lograr la consecución de objetivos, la conducción sistemática de una correcta gestión administrativa favorece la obtención de resultados esperados para la organización y su importancia consiste en preparar a la organización y disponerla para actuar, pero de manera anticipada, contemplando todos los medios y procedimientos que necesita para cumplir con sus objetivos y disminuir los efectos negativos o posibles problemas.

En efecto, en la gestión administrativa se aplican diferentes técnicas y procedimientos para darle un uso más eficiente a los recursos humanos, financieros y materiales que tiene una organización. El uso de los recursos se orienta en función de los objetivos que persigue la empresa, es decir, se responsabiliza de utilizar coordinada y eficientemente los recursos. Por ello todas las funciones se organizan de manera que se pueda dirigir y controlar el manejo más adecuado de éstos.



Estas funciones son la planificación, la organización, la dirección, la coordinación y el control.

La dirección administrativa en las organizaciones representa una visión de gestión en las organizaciones, siendo esta la responsable de la ejecución de las actividades planificadas para lograr los objetivos planteados, con los recursos materiales y humanos que tiene la organización.

## REFERENCIAS

Chiavenato I. (2007). Introducción a la Teoría General de la Administración. 4ta. Edición. Colombia: Impreso por Panamericana Formas e Impresos S.A.

Guerrero Reyes, José Claudio y Galindo Alvarado, José Fernando (p. 12). Administración 2. Grupo Editorial Patria, 2020

Henri Fayol.; F W, Taylor Administración Industrial y General, Principios de la Administración Científica. Decimocuarta Edición. [Archivo PDF]. Disponible: [https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2011/11/admc3b3n\\_ind\\_y\\_general001.pdf](https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2011/11/admc3b3n_ind_y_general001.pdf)

Melinkoff, R.(1990). Los procesos administrativos. Editorial Panapo. Caracas, 1990. La importancia de la dirección administrativa [Documento en

línea] Disponible en: <https://gadebs.es/blog/actualidad/la-importancia-de-la-direccion-administrativa/>

Laura Muños, Yomara Napa, Washington Pazmiño Mirla Posligua (2020). Procesos Administrativos: Un Estudio al Desarrollo Empresarial de las PYMES. [Documento en línea] Disponible en: <https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesciencias/article/view/334/237>

López, F. J. (2020). Proceso Administrativo. [Documento en línea] Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-administrativo.html>

Peña, Sánchez y Sancan (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. [Documento en línea] Disponible en: <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/download/1626/2085/#:~:text=Desarrollo-La%20gesti%C3%B3n%20administrativa,objeto%20principal%20de%20todo%20gesti%C3%B3n.>

Pereyra, Luis Enrique (p. 24). Administración II. Klik, 2020.

Reynoso, J. (2017). La Gestión Administrativa. Cómo son administradas las empresas del siglo XXI. [Documento en línea] Disponible en: <https://medium.com/revista-academica-digital-de-la-escuela-de-la-gesti%C3%B3n-administrativa-6dc30fb87c04>

## **TECHNOLOGICAL ADVANCES IN ACCOUNTING SYSTEMS AND THEIR IMPLEMENTATION IN VENEZUELAN INSTITUTIONS**

Andrea García, Lilibeth Benaventa y Xiomara Contreras

### **SUMMARY**

The purpose of this article is to determine the ascendancy of technological advances in accounting systems and their application in Venezuela, according to the procedures implemented to carry out an exhaustive record in the usual and necessary decisions executed by entities to record the accounting on a daily and reasonable basis through innovation, which will be carried out under a documentary, non-experimental approach methodology. The parts to be addressed in the work are the following: Examine what technological advances are commonly used in professional accounting and financial practice, in terms of their profitability and the movement of economic operations that are difficult to compute manually. Then, mention the challenges and opportunities that technological advances present for accounting. Finally, measure the advantages that help improve the productivity of an entity, through technological advances in the accounting systems that they can use in Venezuela. This will make visible the action of the new tools, which grant greater accessibility and availability of information to facilitate the accounting exercise, with the aim of providing better professional services for adequate decision-making within any entity. Keywords: Technological advances, control, procedures, records, accounting systems.

## **LOS AVANCES TECNOLÓGICOS EN LOS SISTEMAS CONTABLES Y SU IMPLEMETACIÓN EN LAS ENTIDADES EN VENEZUELA**

### **RESUMEN**

El propósito de este artículo, es determinar la ascendencia de los avances tecnológicos en los sistemas contables y aplicación de los mismos en Venezuela, de acuerdo a los procedimientos implementados para realizar un registro exhaustivo en las decisiones usuales y necesarias que ejecutan las entidades para registrar la contabilidad de forma diaria y razonable a través de la innovación, el cual se llevará a cabo bajo una metodología de enfoque documental, no experimental. Las partes a abordar en el trabajo son los siguientes: Examinar cuáles son los avances tecnológicos utilizados comúnmente en el ejercicio profesional contable y financiero, en cuanto a su rentabilidad y al movimiento de operaciones económicas que son de difícil cómputo manual. Luego, mencionar los desafíos y oportunidades que presentan los avances tecnológicos para la contabilidad. Finalmente, medir las ventajas que ayudan a mejorar la productividad de una entidad, a través de los avances tecnológicos en los sistemas contables que puedan utilizar en Venezuela.

Esto hará visible la acción que tienen las nuevas herramientas, las que concede mayor accesibilidad y disponibilidad de la información para facilitar el ejercicio contable, con la finalidad de brindar mejores servicios profesionales para una adecuada toma de decisiones dentro de cualquier entidad.

**Palabras clave:** Avances tecnológicos, control, procedimientos, registros, sistemas contables.

## INTRODUCCIÓN

En toda sociedad, empresa u organización, se originan datos, los cuales se deben gestionar de una forma organizada y eficiente; es por ello que en una entidad es indispensable disponer de un buen sistema contable, el cual funciona para obtener reportes lo más actualizado posible, del mismo modo que clasifica, procesa y resume los datos para convertirlos en información financiera. Los sistemas contables, deben ser compatibles, completos y siempre basados en las normas de contabilidad, además que integrados con la tecnología pueden producir excelentes resultados para el desarrollo económico de una entidad determinada.

A lo largo del tiempo la tecnología ha generado importantes avances en distintas áreas, una de esas, es en el ámbito de la contabilidad, debido que en su evolución han surgido herramientas y aplicaciones tecnológicas, que como consecuencia,

hacen que los métodos y procedimientos de los sistemas contables sean llevados de una manera más precisa, completa y eficaz. De este modo, se puede decir que la constante evolución de la tecnología hace posible la optimización de contabilidad mediante los sistemas y una de ellas es la toma de decisiones más acertada para resolver la brecha entre una situación actual y la deseada, permitiendo el progreso del trabajo, en busca de mejores logros que influyan en el desempeño útil de y para cada trabajador.

En Venezuela, al igual que en muchos otros países, los avances tecnológicos han tenido un impacto significativo en los sistemas contables. Estos avances han mejorado la eficiencia y precisión de los procesos contables, fomentando la gestión financiera de las empresas y organizaciones en el país. Lo que nos hace replantear los tradicionales paradigmas de manejo y comunicación de la información contable que han sido

utilizados por años en el mundo contable.

### **EL LENGUAJE DE LOS NEGOCIOS**

La contabilidad es un sistema apropiado para clasificar los hechos financieros que acontecen en una entidad. De tal manera que, se caracteriza por ser el eje central para realizar procedimientos trascendentales que conducirán a la transformación del máximo beneficio económico que implica el organizar de una manera explícita las empresas; determinando los posibles riesgos que existan en las mismas y a su vez las ganancias que puedan lograr a obtener debido a su inversión.

En un modo similar, Morales, Morales (2019) expresan lo siguiente:

La contabilidad encierra un sistema de información en términos cuantitativos y monetarios, las transacciones financieras que realiza una entidad económica, así como ciertos elementos económicos que la afectan, con el fin de proporcionar información útil, confiable y oportuna a usuarios externos de la organización (p.5).

De este modo, se puede concretar que la contabilidad no es más que un conjunto de procedimientos

importantes para el buen control de la entidad y que a su vez esquematizan como la responsable de suministrar datos referentes a la gestión que se realiza a diario en documentos, los cuales son registrados y organizados mediante un sistema contable el cual hace que la contabilidad en las entidades sea más efectiva y esto se puede lograr a través de los empleados que laboran en una organización.

La contabilidad como una ciencia aplicada a la labor de los creadores de la actividad económica; sostiene que se efectúe un método contable que haga posible que esté formada por conocimientos, procedimientos y especialidades, así como por los instrumentos metodológicos y simbólicos; para la toma de decisiones que se deben realizar en las empresas u organizaciones con el fin de obtener mejores resultados en los registros contables estructurados (González, Puerta y Chamorro, 2021).

Lo que nos lleva a la idea que la contabilidad y los sistemas contables están intrínsecamente relacionados, puesto que la contabilidad es la disciplina, mientras que los sistemas contables son las herramientas



tecnológicas que proveen y automatizan este proceso. De esta manera, la contabilidad se apoya en los sistemas contables para agilizar y mejorar la gestión de la información financiera, proporcionando datos fiables que les faculta adaptarse apropiadamente en cualquier entidad.

### **SISTEMA CONTABLE**

Una adecuada contabilidad y la implementación de sistemas contables acertados en una empresa y organización, puede llegar a ser la razón que previene muchos riesgos o grandes problemas en las organizaciones, ya que mediante estos se puede estar al día con las obligaciones fiscales además de garantizar el crecimiento en la parte financiera, pues la contabilidad de un negocio puede ser perjudicada por las deficientes praxis, como por ejemplo, no llevar un orden, no estar al día con los pagos pendientes y no emplear sistemas automatizados.

Al respecto, Arango, Álvarez y Pabón (2020), en cuanto a sistema contable sostienen que es “el conjunto de elementos que al interior de una organización permiten la generación de informes financieros que sean de

utilidad para el órgano directivo, especialmente, cuando se trata de la toma de decisiones” (p.7), pues los sistemas contables reúnen y presentan datos resumidos que admiten llevar un adecuado control sobre las operaciones y transacciones financieras, logrando así propicias decisiones en las organizaciones.

Son diversos los objetivos que ofrece un sistema contable, visto que se puede llevar una mejor planificación, organización, control de operaciones, entre otros, lo que proporciona una información contable confiable mediante un registro correcto, lo que conlleva a que, es una necesidad inevitable y elemental para el avance de cualquier compañía, puesto que la gran cantidad de datos que se registran pueden lograr reportes actualizados en cualquier entidad, y por añadidura contribuye a la toma de decisiones en el entorno de la administración bajo el capital humano.

El no contar con un buen sistema contable tendrá como consecuencia información errónea, con poca credibilidad y fuera de tiempo, que conllevará a no adoptar las medidas correctas, dando como resultado la

toma de malas decisiones dentro de la organización. Además, que todo esto está vinculado con el control interno y se puede mencionar que el éxito de una compañía siempre va a depender de una buena gestión dentro de ella, como por ejemplo, un buen control del tiempo, de la información financiera, del activo de la empresa, entre otros (Rosales y Sifuentes, 2021).

Dicho de otra manera, los sistemas contables previenen errores, ya que cuentan con la posibilidad de detectar aquellas faltas que pueden manifestarse por carga de datos, genera seguridad porque se puede llevar la información de una forma computarizada y no tener los documentos y carpetas en físico, motivando a que exista un ahorro de espacio en cuanto a archivos, de igual modo es factible para generar reportes precisos y obtener un control de todas las actividades y recursos (operaciones fiscales y contables) para poder expandir y crecer como empresa.

En virtud a esto, Castellanos, García y Gómez (2020), respecto a este tema opinan lo siguiente:

Los sistemas de información contable son una herramienta

fundamental para el crecimiento de las organizaciones, dotando a los usuarios con herramientas para procesar la información financiera y convertirla en informes que den cuenta de la situación actual de la empresa. Dicha información ayuda a mejorar el control de la gestión de la organización, ya que esta genera gran interés y crea una ventaja competitiva logrando acceder a una información detallada y veraz de cada área (p.82).

Se puede evidenciar que, la información financiera que se obtiene de los sistemas contables es muy importante para las instituciones, debido que los instrumentos y mecanismos que posibilitan estos sistemas mantienen el control de todos aquellos recursos y actividades que lleva adelante la organización para el logro de sus objetivos, pues su relevancia se fundamenta en la automatización de los procesos, lo cual optimiza el tiempo de manera significativa, fácil y segura.

Dentro de este orden de ideas, los sistemas contables han evolucionado significativamente gracias a los avances tecnológicos, desde la

automatización de procesos a la integración de herramientas digitales que ofrecen un mayor grado de efectividad y razonabilidad en la gestión de la información financiera, debido a eso, se hace necesario considerar en esta investigación cuales son las innovaciones que revolucionan el mundo contable.

### **AVANCES TECNOLÓGICOS**

Dentro de los avances tecnológicos que han influido en los sistemas contables es la adopción de software contable y sistemas de gestión empresarial. Estas herramientas automatizan tareas contables como la elaboración de estados financieros, registros contables, conciliaciones bancarias y análisis de costos. Encima, se puede integrar en diferentes áreas dentro de una organización, como la contabilidad, la facturación, la gestión de inventarios y la gestión de recursos humanos que ayuda a lograr un objetivo particular o resolver problemas.

En este sentido, González y Aparicio (2020), expresan que:

Hoy en día es muy importante contar con programas que permitan almacenar una gran

información (como las que tienen las pymes) y por ello es importante que las empresas promuevan los avances tecnológicos, como una necesidad, adaptada al mercado y al progreso económico actual (p. 08).

Dado que la tecnología se va haciendo cada vez más indispensable en cualquier ámbito de nuestro día a día, pues con ella, se facilita el acceso a la información y proporciona nuevas herramientas para el desarrollo de cualquier actividad. Pues, los avances tecnológicos nos permiten la consolidación y realización de estructuras tecnológicas cada vez más innovadoras, contribuyendo al desarrollo de estrategias de crecimiento competitivo tanto nacional como internacionalmente.

Existen diversos software de contabilidad a nivel internacional, sin embargo en Venezuela, los más populares son: Saint, para el que recoge información desde un punto de vista administrativo, para ser presentada de forma ordenada y eficiente a los fines de la toma de decisiones; Profit Plus, este brinda apoyo a los procesos de las organizaciones de forma integral,

sencilla y flexible en las áreas de Inventario, Compras, Ventas, Tesorería, Contabilidad y Nómina; y Galac Software, que permite llevar la administración y la contabilidad en cuanto al manejo de impuestos, además lleva un control de inventarios, facturación, cuentas por cobrar, pagos, cuentas por pagar y bancos (Narváez, 2020).

La implementación de los softwares contables ha simplificado la generación de informes financieros, lo cual es especialmente importante para cumplir con las obligaciones fiscales y regulatorias en Venezuela, sumándole una ventaja y añadiendo valor a las ideas de inversión, adaptación y evolución, que tendrán como fruto la productividad en cualquier ámbito económico en el país, minimizando los riesgos y maximizando beneficios. Más aún, la automatización de procesos contables mediante la integración de sistemas informáticos reduce la posibilidad de errores humanos y disminuir los tiempos de procesamiento.

Destacando así, lo que mencionaron López y cols. (2022) en su estudio, donde dedujeron que "...las soluciones

de software en la nube, y la movilización de la información en la red, permiten liberar recursos y tiempo para que los empresarios y profesionales contables, puedan enfocarse en otras actividades que generen un valor agregado significativo." (p.04), lo que nos lleva a pensar que la evolución del software ha representado un reto, tanto para las empresas como para los contadores, debido a que siempre deben estar invirtiendo en nuevos programas y/o equipos, pero al mismo tiempo en profesionales con nuevos conocimientos o destrezas.

Ahora bien, llegó la hora de poner en la palestra informativa, las novedosas tendencias que aunque mucho se ha hablado, son pocos los países en Latinoamérica (incluyendo a Venezuela) que se han atrevido a incursionar en estas nuevas modalidades, entre estas tenemos: la inteligencia artificial (IA), la misma tiene varias aplicaciones en el campo de la contabilidad empresarial, en relación a esto, Castillo (2021), afirma que "la Inteligencia Artificial dotará de capacidades que mejorarán la realización de las funciones inherentes



a la profesión contable, eliminando las tareas extenuantes y mecánicas en el ámbito laboral, lo que provocará un aumento en la productividad en el mediano plazo.” (p.66), proporcionando un cambio que puede influir de excelente forma a las organizaciones que la emplean, pues tiene múltiples beneficios, administrativos, financieros y por supuesto, contables.

La misma puede ayudar a identificar patrones, predecir resultados financieros y detectar anomalías en los datos contables para evitar errores o fraudes. Por añadidura, puede analizar los datos históricos que determinan áreas de mejora en los flujos de trabajo, considerando que tiene la capacidad de analizar grandes volúmenes de datos financieros y realizar pronósticos precisos sobre el rendimiento futuro de la empresa, por tanto es una ventaja llamativa que considerar en la opción de nuevas alternativas y la gestión de riesgos dentro de la organización.

Otro avance tecnológico relevante es la facturación electrónica, al respecto, Magaña, Mapén y Martínez (2021) sostienen que “es de gran ayuda para las empresas al momento de obtener beneficios como el ahorro de espacio,

que todo se puede conservar digitalmente, las facturas se pueden realizar en cuestiones de minutos y se verán reflejadas de manera inmediata” (p.2), por esa razón, es que la digitalización de facturas, ayuda en sus almacenamientos electrónicos, impulsando las transacciones comerciales y aumenta la competitividad de la empresa en el mercado, todo esto a través de herramientas como los celulares o tabletas, pues estos, cada día tienen mayor capacidad y almacenamiento para procesar la información financiera de manera más práctica, a través de programas y aplicaciones móviles que se pueden descargar en línea, aprovechando dichos recursos para favorecer los procesos contables de las entidades.

Asimismo, es importante mencionar sobre el avance tecnológico de la automatización robótica de procesos (RPA, Robotic Process Automation), por esta razón Muñoz 2021, sostiene que:

Es una tecnología reciente que se encarga de automatizar tareas en el entorno digital desde las interfaces gráficas destinadas a los usuarios humanos, por lo que se libera

de la dependencia de APIS de programación. Lo realiza de la mano de robots software y herramientas de baja codificación que hacen el desarrollo de soluciones muy rápido e intuitivo e incluso al alcance de usuarios sin grandes conocimientos tecnológicos. La implantación de RPA en las empresas está creciendo a un ritmo vertiginoso en los últimos años, siendo una de las innovaciones más demandadas, por delante incluso de tecnologías con mayor repercusión mediática como la inteligencia artificial o el aprendizaje profundo, y no es para menos, los beneficios que aporta a las empresas en infinidad de campos son del todo abundantes (p.03).

En efecto, la automatización robótica de procesos es un tipo de mecanización tecnológica, a la vez que está transformando la forma en la que operan las empresas. Estos robots de software pueden aprender, imitar y luego, ejecutar procesos empresariales basados en reglas, ya que manipulan y se comunican con los sistemas y las aplicaciones de su empresa para la mejora de los procesos y también reducir la carga de trabajo que recae sobre los recursos humanos, por demás, tienen la gran ventaja de que

pueden operar las 24 horas, sin parar y con más rapidez.

De todo esto desprende, que todo profesional de la contabilidad tiene como reto adoptar nuevos conocimientos a medida que el mundo evoluciona y aunque son muchas las ventajas al usar esta innovación, existe un miedo latente al de la sustitución de contadores en un futuro cercano, por lo que Buitrago y cols. (2023), explican a continuación:

“Esta tecnología ha traído múltiples beneficios tanto para las empresas como para los profesionales, ayudando a agilizar funciones. Sin embargo, las transformaciones que ha tenido la profesión contable por su llegada suelen ser un tema de discusión en diferentes espacios y genera diversas posturas debido a la trascendencia que trae para los contadores” (p. 13).

Enfatizando entonces, que el propósito del contador público es el mismo que siempre ha sido: garantizar la precisión y la integridad de los registros financieros de una organización. La inteligencia artificial, los software, la facturación electrónica y la automatización robótica de procesos

no cambian este propósito, sino que ayuda al contador público a ser más eficiente y preciso en su trabajo; si bien estos avances tecnológicos pueden ser una herramienta poderosa en la contabilidad, todavía se requiere la supervisión y el juicio humano para interpretar los resultados y tomar decisiones estratégicas.

En esa misma línea, es importante señalar, que en Venezuela existen normas que deben ser cumplidas, independiente de las tecnologías que adopte o prefiera emplear cualquier empresa u organización, pues, el contador público venezolano tiene como deber y ética cumplir con los parámetros estipulados por la ley que lo regula, tal y como lo expresa López (2022) en su trabajo:

“La información financiera requiere ser preparadas bajo estándares internacionales en Venezuela; el país se encuentra bajo principios VEN NIF conformados por estándares internacionales emitidos por la Junta de normas internacionales de contabilidad (IASB) siglas en inglés y los boletines de aplicación emitidos por la Federación” (p. 14).

De manera que, a pesar de que debe haber un enfoque en las tecnologías de comunicación e información, el cumplimiento de las VEN-NIF es fundamental para el ejercicio de la profesión en Venezuela. Cumpliendo esta regla de oro, el aporte que se le brinda al departamento contable, solo puede requerir más dinamismo, pero a la vez, la exigencia de conocimientos, que van más allá de un registro o la realización de unos estados financieros, debido a que existen variedades de programas que pueden realizar, detectar y analizar dicha información, dejando espacio para enfrentarse a nuevos panoramas que le sigan permitiendo el crecimiento a la entidad, que se adapte a los avances y así conseguir convenientes resultados económicos.

Son muchas las empresas a nivel internacional que hoy en día implementan los avances tecnológicos para llevar a cabo las diversas funciones de la contabilidad, sin embargo en las organizaciones Venezolanas la aplicación de estos avances son escasos, debido a que existen ciertas carencias en relación con la comprensión de las nuevas

tecnologías y sus posibilidades en cuanto al desarrollo, además que las empresas en el país hacen todo lo posible, a pesar de la dura y larga crisis económica, política y social, para llevar a cabo estrategias y métodos que les posibilite gestionar de manera efectiva los resultados.

Es cierto que en Venezuela todas las empresas sin importar su tamaño, cuentan en alguna de sus áreas o procesos productivos con tecnología, pero aun cuando, en el país existan dificultades económicas, es importante que las empresas venezolanas proyecten la idea de introducir en sus organizaciones los avances tecnológicos más novedosos, a causa de que la era digital está teniendo un alto impacto en el desarrollo de los negocios, porque mejoran los procesos, acortan los tiempos, disminuyen los errores y por lo tanto, reducen los gastos de la empresa.

### **REFLEXIONES**

Los avances tecnológicos en los sistemas contables, ofrecen excelentes posibilidades para manejar grandes cantidades de datos, pues la tecnología contribuye a favorecer la operación contable, a procesar los documentos

para elaborar reportes de estados financieros en forma más precisa y sobre todo ágil y de esta forma, administrativamente poder analizar si se están utilizando bien los recursos de la empresa, también que a través de la tecnología se puede reducir la carga de trabajo que recae sobre los empleados, ahorrar espacio, entre otros, y aunque los mismos acarrea una inversión, los nuevos métodos del mundo actual, aumentan la calidad de funcionamiento, proporcionando un buen funcionamiento.

Podemos evidenciar que las tecnologías en la contabilidad garantizan el sostenimiento de los registros y estados financieros o el manejo de nómina, el pago de impuestos y más. Es por esto que conseguimos evidenciar múltiples ventajas, dentro de una contabilidad con apoyo de la tecnología y de la mano de un acertado control interno, hacen que la principal deliberación tanto para los mismos contadores, como para los demás interesados sea efectiva. Sin embargo, también es importante tener en cuenta que la ciencia aplicada no puede reemplazar completamente a los contadores



públicos. Todavía se necesitan contadores públicos para interpretar y analizar los datos financieros y para garantizar que los registros financieros sean razonables y fiables, entonces, se puede decir que la tecnología es un motor de cambio en el área contable, facilitando las tareas de los profesionales de la contabilidad.

## REFERENCIAS

- Arango, Viviana; Álvarez, Malbis; Pabón, Cesar (2020), Diseño del sistema de información contable para la empresa programación industrial y control S.A.S, en Santiago de Cali [Documento en línea] Disponible: [https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/2180/3.%20Sistema%20de%20Informacion%20Contable%20para%20PYC%20S\\_Jairo%20Alberto%20Olarte.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/2180/3.%20Sistema%20de%20Informacion%20Contable%20para%20PYC%20S_Jairo%20Alberto%20Olarte.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [Consulta: Marzo 18, 2023].
- Buitrago, Sara; Gómez, Leidy; Posada, Mariana (2023), Alternativas para mejorar las competencias laborales del Contador Público de la provincia del San Juan frente a la inteligencia artificial [Documento en línea] Disponible: [https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/34146/3/BuitragoSara%20C%20G%20C%20B3mezLeidy%20C%20PosadaMariana\\_2023\\_CompeticionesContadorIA.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/34146/3/BuitragoSara%20C%20G%20C%20B3mezLeidy%20C%20PosadaMariana_2023_CompeticionesContadorIA.pdf) [Consulta: Mayo 15, 2023].
- Castellanos, Andrés; García, Alejandro; Gómez, Daniel (2020), Implementación y uso de sistemas de información contable en empresas de tipo pymes [Documento en línea] Disponible: <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/7081/1/DDMAE136.pdf> [Consulta: Marzo 18, 2023].
- Castillo, Miguel (2021), El Contador Público 4g Versus La Inteligencia Artificial [Documento en línea] Disponible: [http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/6462/2/2021\\_MiguelAntonioCastilloEscobar.pdf](http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/6462/2/2021_MiguelAntonioCastilloEscobar.pdf) [Consulta: Mayo 18, 2023].
- González, Camila; Puerta, Verónica; Chamorro, Candy (2021). Principales retos de la profesión contable desde las perspectivas económica, digital y científica. [Documento en línea] Disponible: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/309/3093171003/3093171003.pdf> [Consulta: Marzo 19, 2023].
- González, Weiner; Aparicio, Luis (2020), El impacto de las tecnologías de la información y comunicaciones en la contabilidad. Incidencia y el protagonismo del contador. [Documento en línea] Disponible: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/germinacion/article/view/9135>
- López, Doris (2022). Transformación digital del contador público en Venezuela [Documento en línea] Disponible: <https://www.redalyc.org/journal/257/25773955003/25773955003.pdf> [Consulta: Marzo 15, 2023].
- López, Romero y Tamayo (2022). Herramientas digitales para la adquisición de fundamentos contables,

aplicadas al manejo de software para los estudiantes de contaduría pública. [Documento en línea] Disponible: <http://www.udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/viewFile/365/463> [Consulta: Marzo 16, 2023].

Magaña, Sergio; Mapén, Fabiola; Martínez, Germán (2021) Facturación electrónica como herramienta para aumentar la productividad de la empresa. [Documento en línea] Disponible: <http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-6.pdf> [Consulta: Mayo 20, 2023].

Morales, Dina; Morales, Judith (2019), La contabilidad un elemento indispensable en el desarrollo de las empresas. [Documento en línea] Disponible: <https://www.espirituemprededortes.com/index.php/revista/article/view/136/166> [Consulta: Marzo 19, 2023].  
Muñoz; Abel (2021) Automatización robótica de procesos empresariales.

[Documento en línea] Disponible: <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/23469/Mu%C3%B1oz%20Rivas%20Abel%20Memoria.pdf?sequence=1> [Consulta: Mayo 20, 2023].

Narváez, Lisbeth (2020), Propuesta De Un Programa Administrativo Para La Empresa Proyectos Y Diseños De Venezuela C. A. [Documento en línea] Disponible: <http://miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/3535/1/IPL0070.pdf> [Consulta: Abril 18, 2023].

Rosales, Esthefanny; Sifuentes, Baluis (2021), Análisis del sistema contable como herramienta para la gestión integral de las micro y pequeña empresa en la Provincia de Huaura [Documento en línea] Disponible: <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/4799/ROSALLES%20Y%20SIFUENTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: Marzo 18, 2023].

## STARTUPS: THE NEW LABOR MARKET IN VENEZUELA

Paola Graterol y Luis Herrera

### SUMMARY

The purpose of this article is to analyze the influence of startups in the Venezuelan labor market. To do this, first a brief overview of what has led Venezuelans to enter new labor markets will be presented. Followed by the study of the international boom that startups have had in recent years and their profitability, an analysis that was obtained through a documentary approach, which showed that it has been due to the lack of structures and companies in the traditional labor market that which entailed adopting new employability measures, which make it possible to pursue professions that allow one to find a place in the new market and grow despite adversities. Finally, we will carry out an analysis of the profitability of this new workforce, concluding that, although these workers cannot replace the traditional labor market, they are providing a way out of employment problems, turning startups into the lifeline of the Venezuelan active population. Keywords. Startups, labor market, technology, entrepreneurship, economy.

## STARTUPS: EL NUEVO MERCADO LABORAL EN VENEZUELA

### RESUMEN

El presente artículo tiene como finalidad analizar la influencia de las startups en el mercado laboral Venezolano. Para ello primeramente se expondrá un breve panorama de lo que ha llevado a los venezolanos a incurrir en nuevos mercados laborales. Seguido del estudio del auge internacional que han tenido las startups en los últimos años y su rentabilidad, un análisis que se logró obtener mediante un enfoque documental, el cual exhibió que ha sido debido a la carencia de estructuras y empresas en el mercado laboral tradicional lo que acarreó adoptar nuevas medidas de empleabilidad, que posibiliten ejercer profesiones que permitan encontrar un lugar en el nuevo mercado y crecer a pesar de las adversidades. Para finalizar realizaremos un análisis de la rentabilidad de esta nueva fuerza de trabajo concluyendo que, aunque estos trabajadores no pueden reemplazar el mercado laboral tradicional, están proporcionando una salida a los problemas de empleo, convirtiendo las startups en el salvavidas de la población activa venezolana. **Palabras clave.** Startups, mercado laboral, tecnología, emprendimiento, economía.

### INTRODUCCIÓN

En la última década (2013-2022) el mercado laboral venezolano, ha

enfrentado constantes cambios y desafíos padeciendo rendimientos bajos y negativos, resultado de la crisis socioeconómica y política que afecta al

país. Es importante resaltar que el mercado laboral tradicional se ha caracterizado por la predominancia del sector público, especialmente en términos de estabilidad laboral y beneficios sociales. Es por ello que, la crisis económica ha afectado seriamente este sector, lo que ha llevado a muchos venezolanos a buscar alternativas en el sector privado.

Sin embargo, diversas empresas privadas tradicionales enfrentan problemas de falta de innovación y adaptación a los cambios del mercado, lo que ha llevado a su declive y cierre. Ante esta compleja situación, han surgido nuevas formas de empleo que están ganando relevancia y captando la atención de los jóvenes y emprendedores: las startups. La creación de startups en Venezuela ha sido impulsada por la necesidad de diversificar la economía del país y buscar nuevas alternativas de desarrollo. Ya que se enfocan en la innovación y creación de soluciones nuevas y disruptivas, lo que les ha permitido tener un impacto positivo en

el mercado y en la economía en general.

A pesar de su creciente relevancia, a la fecha no se cuenta con datos que permitan determinar su impacto en el mercado laboral venezolano. Es por ello que se hace necesario realizar un estudio que permita analizar la influencia de las startups en el mercado laboral venezolano, identificar las nuevas formas de empleo que han surgido gracias a estas empresas y compararlas con el mercado laboral tradicional, así como analizar la rentabilidad de este nuevo modelo de negocio. En definitiva, se trata de explorar el papel que pueden desempeñar las startups en la construcción de un futuro más próspero para el país.

## **EI MERCADO LABORAL TRADICIONAL VENEZOLANO**

La crisis económica que ha padecido Venezuela acarrió consigo una desestructuración del mercado laboral tradicional, que estaba caracterizado principalmente por la predominancia del sector público en términos de estabilidad laboral y beneficios



sociales. Esta situación se vio agravada por la falta de inversión en infraestructuras tanto públicas como privadas, lo que ha llevado a una disminución significativa en la calidad y cantidad de empleos disponibles, incrementando la informalidad laboral. Además, la inestabilidad política y la hiperinflación han destruido el poder adquisitivo de los trabajadores y han limitado las oportunidades de crecimiento para las empresas en el país, conduciendo a una contracción acumulada del PIB en el 2019 del 62,2% respecto del nivel de 2013. (CEPAL 2019)

La pandemia de COVID-19 exacerbó aún más los problemas en el mercado laboral venezolano. Con la imposición de medidas restrictivas y el distanciamiento social, aunado a la decadente estructura laboral y tecnológica que ya padecía, muchas empresas no lograron adaptarse con éxito a la virtualidad, la falta de acceso a recursos tecnológicos necesarios para ajustarse rápidamente al trabajo remoto, dificultó aún más la situación para los empleados y empresas en Venezuela, viéndose obligados a cerrar

sus operaciones o reducir su capacidad al máximo, llevando a la pérdida miles de empleos y a una abrupta reducción de ingresos para los trabajadores.

Es indudable el impacto significativo que la pandemia de COVID-19 ha dejado en todo el mundo, especialmente en países como Venezuela, donde la situación económica y política ya era precaria antes de la crisis sanitaria. Sin embargo, pese al evidente y notable decrecimiento en la productividad del país, resultado de la abrupta caída del mercado laboral, agravada por los efectos del shock de la pandemia, la crisis sanitaria ha tenido, en cierta medida, un efecto económico positivo, ya que obligó a los venezolanos a buscar nuevas alternativas y oportunidades en la virtualidad, convirtiéndose en una herramienta esencial para enfrentar los desafíos impuestos por la pandemia, y en cierta medida, "abrió los ojos" de los venezolanos, quienes tuvieron que buscar nuevas formas de adaptarse y sobrevivir en un entorno cada vez más dinámico. Donde, a pesar de la brecha tecnológica de la región, la

digitalización ha surgido como una herramienta clave para la adaptación del mercado laboral de Venezuela hacia el mundo. La adopción de plataformas en línea y aplicaciones de teletrabajo ha facilitado la creación de nuevos modelos de negocio y la diversificación de las oportunidades laborales.

Primero, dicha situación impulsó el uso de nuevas formas de pago y ahorro en Venezuela. Dada la hiperinflación y la inestabilidad económica, muchos venezolanos recurrieron a monedas digitales y criptomonedas como una alternativa más segura y confiable para realizar transacciones y preservar el valor de sus ahorros. Además, las plataformas de pago en línea y las billeteras digitales ganaron popularidad, ya que permitieron a los usuarios realizar transacciones sin tener que depender de la infraestructura bancaria tradicional, que a menudo estaba limitada por las sanciones y la falta de recursos. Llegando Venezuela a posicionarse en el 2020 como el tercer país con mayor adopción de Bitcoin y criptomonedas en el mundo, datos proporcionados por

la firma de análisis de blockchains, Chainalysis.

En segundo lugar, ayudó a los venezolanos a adaptarse a los cambios en el mercado laboral internacional. Con la pérdida de empleos en el sector público y la disminución de oportunidades en el sector privado, equivalente a una reducción del empleo formal de 4,4 millones de puestos de trabajo entre 2014 y 2021 (ENCOVI, 2021), muchas personas buscaron alternativas de trabajo en línea y comenzaron a ofrecer servicios de forma remota a clientes tanto nacionales como internacionales. Esto les permitió generar ingresos en moneda extranjera y mantenerse a flote en medio de la crisis económica.

Por último, también fomentó la aceptación de medidas no convencionales y la rápida adaptación a las nuevas circunstancias en otros aspectos de la vida de los venezolanos. Por ejemplo, en el ámbito educativo, tanto estudiantes como profesores tuvieron que adaptarse a la enseñanza y el aprendizaje en línea. A pesar de los desafíos, como la falta de acceso a la tecnología y la conectividad limitada, la

virtualidad permitió que la educación continuará en un entorno seguro y protegido durante y después de la pandemia.

En resumen, la pandemia de COVID-19 obligó a los venezolanos a adoptar la virtualidad y encontrar soluciones innovadoras para enfrentar los desafíos impuestos por la crisis ya existente. Y a pesar de las dificultades, la virtualidad ha demostrado ser un aliado valioso en tiempos de incertidumbre, al ofrecer oportunidades para adaptarse y prosperar en un entorno en constante cambio. Trayendo consigo, el crecimiento de la actividad económica digital y a su vez, la era del trabajo remoto y la generación de ingresos a través de las plataformas digitales, situación ya existente en países desarrollados. Cambiando de forma favorable no solo el mercado laboral en Venezuela sino en toda América Latina y el Caribe.

## **EL NUEVO MERCADO LABORAL**

El auge del ecosistema tecnológico en la región se vio acelerado por un cambio generalizado en la mentalidad de millones de latinoamericanos. Esta

nueva mentalidad ha generado un cambio social y económico permitiendo que las personas y las economías florezcan en el futuro, viviendo tiempos sin precedentes para el espíritu empresarial.

Alrededor del mundo, las industrias, nuevas o de generaciones, están siendo perturbadas por los avances tecnológicos. Ante esta compleja situación, han surgido nuevas formas de empleo que están ganando relevancia y captando la atención de los jóvenes y emprendedores: *las startups*, organizaciones ágiles, que apuestan por la digitalización como centro de su negocio. Las startups se han convertido en una alternativa para enfrentar los desafíos del mercado laboral tradicional. Estas empresas se enfocan en la innovación y la creación de soluciones disruptivas, lo que les permite adaptarse rápidamente a las condiciones cambiantes y generar nuevas oportunidades de empleo. Los cuales tienden a ser más flexibles en términos de horarios y modalidades de trabajo, atrayendo a jóvenes profesionales que buscan una mayor flexibilidad en su vida laboral.

Al comparar los mercados más desarrollados, donde ya existen diversas infraestructuras tecnológicas, con los mercados latinoamericanos, se puede observar que muchas startups se enfocan en resolver problemas graduales, por ejemplo, ofreciendo un complemento que mejore o agilice una solución existente. Para las startups latinoamericanas es otra historia, ya que gran parte de los actores que participan tienen que construir su propia infraestructura interna, como los pagos o las experiencias de seguridad, para poner en marcha sus operaciones. Y aunque trabajar en un mercado menos desarrollado puede ser más difícil y menos obvio, hay potencialmente mayor ventaja e impacto. Citando a Harry Stebbings (2021), capitalista de riesgo británico: "Lo increíble de invertir en Latinoamérica es que se invierte en productos que mejoran la vida del 99% de la población en un 90%. En gran medida, en los mercados occidentales, estás invirtiendo en productos que mejoran la vida en un 10% para el cinco por ciento de la población." (Stebbing, 2021, como citó Chhugani, Deepak, en su artículo Trends And Opportunities In

Latín American Startups para la revista Forbes, 2021)

Regiones como América Latina tienen innumerables problemas que resolver. En este punto, la oportunidad es difícil de ignorar. Un artículo de Sequoia publicado en el año 2021 ayuda a ilustrar el cambio de mentalidad que subyace a esta nueva generación de empresas emergentes: "Estamos viendo fundadores locales que comprenden profundamente los problemas del mercado local y los resuelven de una manera propia del mercado local. Saben cómo resolver los problemas locales del huevo y la gallina -por ejemplo, la falta de acceso al crédito y de infraestructura de distribución- de forma creativa" (Sequoia Capital Publication, 2021) Ahora y en los años venideros, esta mentalidad seguirá siendo revolucionaria, especialmente en una región inundada de oportunidades para provocar un verdadero cambio social y económico.

Construir estas soluciones puede llevar más tiempo, pero las startups latinoamericanas que lo consiguen son capaces de construir negocios muy



duraderos con altas barreras de entrada que podrían tener posiciones dominantes en el mercado durante generaciones. Es por ello que, en la última década, América Latina ha ganado un impulso increíble en este campo, liderada por la generación de nativos tecnológicos detrás de unicornios como OLX y Kavak, este último logrando generar de 0.000 a 4.000 millones de dólares de valoración en cinco años. Para ello Kavak y otras empresas emergentes se vieron obligadas a crear soluciones completas porque sus regiones estaban atrasadas.

De acuerdo a Huang, S., & Leone, D. (2021) para un artículo publicado en la revista Sequoia denominado The Latin American Startup Opportunity, definen a América Latina como una de las mayores economías del mundo, con 600 millones de habitantes y 6 millones de dólares de PIB. Siendo la población latinoamericana relativamente joven y habituada al Internet y a la telefonía móvil (la penetración de Internet en un 70% supera a la de China/India en un 59/50%, y la penetración de la telefonía móvil en un 67% supera a la de

China/India en un 56/50%). Por otro lado, los países latinoamericanos tienen uno de los índices de uso de Internet más elevados del mundo, con una media de más de 9 horas diarias (más de 6,5 horas en EE.UU. y el resto del mundo). Además, América Latina es el hogar de una clase media en ascenso que ahora está comprando atención sanitaria y educación, coches y casas, servicios de entrega y comercio electrónico. Para situar el tamaño de la economía latinoamericana en su contexto, su población duplica la de Estados Unidos, y su PIB es el 40% del de China y el doble del de la India (Sequoia Capital Publication, 2021). Convirtiendo así a Latinoamérica en el escenario ideal para que la economía de Internet transforme la economía existente en una región, plagada de problemas, y ofrezca experiencias de consumo notablemente mejores.

Es por ello que, en comparación con el resto del mundo, y citando a Glasner, Joanna (2022) según los datos analizados de Crunchbase para las seis mayores geografías en el 2021, América Latina fue la región que más

rápido creció en financiación de riesgo en dicho año. Para las startups latinoamericanas, 2021 fue un año extraordinario en el frente de la financiación, los inversores en capital riesgo y en crecimiento tecnológico invirtieron en la región unos 19.500 millones de dólares. Esto es más del triple de los niveles del año anterior, que en sí mismos fueron récord.

A pesar del crecimiento sin precedentes, América Latina todavía tiene un largo camino por recorrer en comparación con otras regiones. Según Chhugani, Deepak (2021) en su artículo para Forbes, *The Rise Of The Latin American Tech Startup*, presenta un estudio realizado por de BID LAB en el 2021, donde muestra que Latinoamérica invierte 7 dólares per cápita en startups al año, muy lejos de lo que invierten los países líderes como Israel, que invierte 117 veces más, Estonia 42 veces más y China siete veces más. Sin embargo, el hecho que la región Latinoamericana siga estando por detrás del mundo desarrollado en muchos aspectos supone una oportunidad aún mayor en prácticamente todos los sectores,

desde la tecnología inmobiliaria y la atención sanitaria hasta la logística y la cadena de suministro y, por supuesto, los servicios financieros. Por lo tanto, los expertos del estudio de BID LAB consideran razonable esperar más de 40.000 millones de dólares de inversiones de capital riesgo para 2030.

De esta manera, las startups y el capital riesgo crean una vía para la creación de empleo, la creación de riqueza, el progreso tecnológico y social, y la posibilidad de que los inversores visionarios obtengan grandes beneficios invirtiendo en empresas que podrían ser dominantes durante generaciones. Además, las startups latinoamericanas no sólo están proporcionando un alto valor a clientes e inversores, sino que están creando puestos de trabajo bien remunerados en la región.

### **STARTUPS: UN NUEVO MERCADO LABORAL EN VENEZUELA**

Venezuela ha enfrentado una crisis económica y política en la última década, lo que ha llevado a una decadencia estructural en el mercado laboral tradicional. El sector público, que solía ser una fuente de empleo

estable y beneficios sociales, ha sido gravemente afectado, y las empresas privadas tradicionales también han experimentado problemas debido a la falta de innovación y adaptación a los cambios del mercado. “El desempleo abierto y el desalentado (es decir, el asociado a que no vale la pena trabajar por la escasa remuneración) alcanzan al 20% de la población, a lo que habría que añadirle 11% de subempleo visible (personas que trabajan menos de 15 horas). En Venezuela no hay donde trabajar y, además, el empleo vulnerable afecta a 57% de los ocupados”. En consecuencia, muchos venezolanos se han visto en la necesidad de buscar nuevas formas de empleo para garantizar su subsistencia. (ENCOVI 2021)

En este contexto, las startups han ganado relevancia como una alternativa para enfrentar los desafíos del mercado laboral tradicional en Venezuela. Al desarrollar modelos de negocio en línea, estas empresas permiten a los venezolanos operar de manera más eficiente y llegar a un público más amplio, tanto a nivel nacional como internacional. Contribuyendo a la

rápida adaptación del creciente uso de dispositivos móviles y computadoras por parte de la población y satisfacer las demandas de un mercado cada vez más digitalizado.

El nuevo mercado laboral en Venezuela se ha visto profundamente influenciado por el auge de las startups y su capacidad para adaptarse a la cambiante realidad económica y social del país. Estas empresas emergentes han sabido identificar y aprovechar las oportunidades que surgen en medio de la crisis, brindando soluciones innovadoras y oportunidades laborales en un contexto de incertidumbre y escasez de recursos.

Las startups están creando empleos y oportunidades laborales en todo el mundo, pero que América Latina haya alcanzado altos niveles de financiación y que además requiera construir su propia infraestructura interna, da paso a una región inundada de oportunidades para provocar un verdadero cambio social y económico, del cual los venezolanos comprenden profundamente los problemas del mercado local y los resuelven de una manera propia del mercado local. Además, las startups tienden a

ser más flexibles en términos de horarios y modalidades de trabajo, lo que pudo atraer a profesionales venezolanos que buscan una mayor flexibilidad en su vida laboral, ya que no poseen servicios básicos estables como electricidad continua, transporte confiable o acceso a internet de alta calidad.

Otra característica de los empleos en startups es que suelen ofrecer beneficios más bajos en comparación con el empleo en el sector público o empresas privadas tradicionales en economías estables. Pero para economías en crisis como es el caso de la venezolana, su crecimiento e impacto en la economía no puede ser subestimado. Debido a la hiperinflación que vive el país actualmente, los trabajos con pagos en dólares son muy solicitados, a pesar que a veces no se respeta la tarifa internacional. De acuerdo a datos suministrados por Silva, Emily (2021) para la revista Pluma de la Universidad Monteavila, por lo general, los profesionales venezolanos ofrecen un rendimiento superior a la cantidad que se les ofrece. Convirtiéndolos en un gran atractivo para los empleadores, ya que obtienen

una reducción del 300%, en comparación con el costo de contratar a un profesional extranjero. No obstante, estas empresas emergentes siguen representando una gran oportunidad para generar ingresos superiores que los nacionales y adquirir nuevas habilidades para el desarrollo profesional en un entorno dinámico y en constante evolución.

En conclusión, las startups han emergido como un salvavidas económico para los venezolanos en medio de la decadencia del mercado laboral tradicional. A pesar de los desafíos y los bajos beneficios asociados con el empleo en startups, estas empresas representan una oportunidad de empleo y desarrollo para los trabajadores, y están contribuyendo significativamente al crecimiento y la diversificación de la economía venezolana, lo que es crucial para garantizar la estabilidad y el crecimiento a largo plazo.

Las startups han demostrado ser resilientes y capaces de enfrentar adversidades, lo cual les permite brindar soluciones innovadoras y oportunidades laborales en un contexto



de incertidumbre y escasez de recursos. Su éxito radica en su flexibilidad, adaptabilidad y enfoque centrado en las necesidades específicas del mercado local, lo que les permite transformar los desafíos en oportunidades y generar un impacto positivo en la economía y sociedad venezolana. Pero a pesar de su creciente relevancia, a la fecha no se cuenta con datos que permitan determinar su impacto en el mercado laboral venezolano. Es por ello que se hace necesario realizar un estudio que permita **analizar la influencia de las startups en el mercado laboral venezolano**, identificar las nuevas formas de empleo que han surgido gracias a estas empresas y compararlas con el mercado laboral tradicional, así como analizar la rentabilidad de este nuevo modelo de negocio. En definitiva, se trata de explorar el papel que pueden desempeñar las startups en la construcción de un futuro más próspero para el país.

## REFLEXIÓN

En este contexto, Venezuela atraviesa un estado de vulnerabilidad. La falta de

diversificación productiva y la inestabilidad macroeconómica han conducido a un retraso no solo económico, sino también social, agravando las condiciones de vida de la población y profundizando las brechas existentes. A pesar de esto, las dificultades presentan nuevas oportunidades, lo que hace de Venezuela un escenario perfecto para la entrada de las Startups, ya que quienes puedan penetrar en el mercado venezolano, encontrarán un mercado inundado de oportunidades para provocar un verdadero cambio.

Estas empresas emergentes pueden ser catalizadores de cambio en el país, brindando soluciones innovadoras, oportunidades de empleo y de negocio en un contexto de incertidumbre y escasez de recursos. Además, pueden traer nuevas tecnologías, servicios y productos que mejoren la calidad de vida de la población y aumenten la competitividad del país en el mercado global.

Las startups fomentan una cultura emprendedora en el país, inspirando a más personas a tomar riesgos e iniciar sus propias empresas, a pesar de las

circunstancias económicas y políticas que enfrenta el país. Transformando los desafíos en oportunidades y creando de esta manera, un ecosistema empresarial más fuerte y diverso, generando un impacto positivo en la economía venezolana. Si buscas inspiración para emprender y hacer una diferencia en el mundo, considera iniciar tu propia startup y ser parte del cambio positivo en Venezuela y en la región.

## REFERENCIAS

Balance preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe, 2019. CEPAL. Link: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45000/91/BPE2019\\_Venezuela\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45000/91/BPE2019_Venezuela_es.pdf)

Ibarra, Juan. (2020) Venezuela es el tercer país en adopción de Bitcoin y criptomonedas, según Chainalysis. CRIPTONOTICIAS. Link: <https://www.criptonoticias.com/comunidad/adopcion/venezuela-tercer-pais-adopcion-bitcoin-criptomonedas-segun-chainalysis/>

CHAINALYSIS TEAM (2020) The 2020 Global Crypto Adoption Index: Cryptocurrency is a Global Phenomenon. CHAINALYSIS. Link: <https://blog.chainalysis.com/reports/2020-global-cryptocurrency-adoption-index-2020/>

Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos (2021) La pobreza en Venezuela llega al 94,5% de la población | ENCOVI 2021. Link: <https://provea.org/actualidad/derechos-sociales/la-pobreza-en-venezuela-llega-al-945-de-la-poblacion-encovi-2021/>

Chhugani, Deepak (2021) Trends And Opportunities In Latin American Startups. Revista FORBES, Small Business. Link: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/09/03/trends-and-opportunities-in-latin-american-startups/?sh=450a739321eb>

Huang, S., & Leone, D. (2021) The Latin American Startup Opportunity. Sequoia Capital Publication. Link: <https://medium.com/sequoia-capital/the-latin-american-startup-opportunity-46ace259777f>

Glasner, Joanna. (2022) Here's What's Driving Latin America's Rank As The World's Fastest-Growing Region For Venture Funding. **Crunchbase News**. Link: <https://news.crunchbase.com/startups/latin-america-venture-growth-startups-2021-monthly-recap/>

Chhugani, Deepak (2021) The Rise Of The Latin American Tech Startup. Revista FORBES, Small Business. Link: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/05/28/the-rise-of-the-latin-american-tech-startup/?sh=8e3b90553469>

Universidad Andrés Bello, Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales

(2021) Condiciones de vida de los venezolanos: entre emergencia humanitaria y pandemia. ENCOVI. Link:[https://assets.website-files.com/5d14c6a5c4ad42a4e794d0f7/6153ad6fb92e4428cada4fb7\\_Presentacion%20ENCOVI%202021%20V1.pdf](https://assets.website-files.com/5d14c6a5c4ad42a4e794d0f7/6153ad6fb92e4428cada4fb7_Presentacion%20ENCOVI%202021%20V1.pdf)

Silva, Emily (2021) Empresas extranjeras ven a Venezuela como un

paraíso freelance. Revista PLUMA, Universidad Monteavila. .Link: <https://uma.edu.ve/periodico/2021/05/31/trabajo-remoto-alternativa-latinoamerica/>

Sánchez, Carlos (2020) Normas APA, actualización 7ma edición. Link: <https://normas-apa.org/citas/cita-de-cita/>

## **IMPACT OF INTERNATIONAL REMITTANCES ON VENEZUELA'S ECONOMY**

Alexander Aguiar y Daniel Pérez

### **SUMMARY**

International remittances have become a very important factor for the Venezuelan economy, since a large part of the population has emigrated to other countries to opt for a better quality of life and help their families. In this sense, the objective of this research is to investigate the reality that the population in Venezuela is going through regarding the effect of international remittances on the economy, the importance that this contribution or benefit represents, since the inflationary problems that the nation is going through, They negatively affect income, so the money sent from abroad seems to no longer be enough to sustain the quality of life in the country. To carry out this work, the documentary research method is used, through the review of the opinions of recognized authors, through which the reality of the facts can be interpreted. From the above, it is clear that given the unfavorable economic scenario that affects the purchasing power of citizens, the remittances received represent an almost essential extra income for the affected families. Keywords: Economic crisis, Family income, Internationalization, International remittance.

## **REPERCUSIÓN DE LAS REMESAS INTERNACIONALES EN LA ECONOMÍA DE VENEZUELA**

### **RESUMEN**

Las remesas internacionales se han convertido en un factor muy importante para la economía venezolana, ya que una gran parte de la población ha emigrado a otros países para optar por una mejor calidad de vida y ayudar a sus familiares. En este sentido, la presente investigación tiene como objetivo indagar sobre la realidad que está atravesando la población en Venezuela sobre el efecto de las remesas internacionales en la economía, la importancia que representa este aporte o beneficio, ya que los problemas inflacionarios que atraviesa la nación afectan negativamente a los ingresos, por lo que el dinero enviado desde el exterior parece ya no ser suficiente para poder sustentar la calidad de vida en el país. Para la realización del presente trabajo se recurre al método de investigación documental, mediante la revisión de las opiniones de autores reconocidos, a través de las cuales se pueden interpretar la realidad de los hechos. De lo anteriormente expresado, se tiene que ante el escenario económico desfavorable que afecta el poder adquisitivo de los ciudadanos, las remesas recibidas representan un ingreso extra casi indispensable para las familias afectadas.

**Palabras Clave:** Crisis económica, Ingresos familiares, Internacionalización, Remesa internacional.



## **INTRODUCCIÓN**

Venezuela es un país que ha tenido un éxodo de su población considerable, el cual se ha intensificado desde el año 2014 hasta el presente año 2023, fecha para la cual según fuentes como la ONU (Organización de las Naciones Unidas) se encuentran más de 6 millones de venezolanos en el exterior, lo cual hace unas décadas atrás era inimaginable por la prosperidad que existía en el país. Sin embargo, las crisis económicas, sociales y políticas que afectan a la nación, son los principales argumentos para la migración que se ha acrecentado en la última década principalmente.

Por consiguiente, gran parte de la población ha buscado en el extranjero otras oportunidades para mejorar su calidad de vida, de modo que han tenido que abandonar su país, dejando atrás a familiares que siguen tolerando la crisis actual que atenta con la calidad de vida de estos. Es por ello, que la comunidad venezolana en el exterior ha implementado el envío de las remesas internacionales como una herramienta para apoyar a sus familiares que continúan en el país, de modo que estos puedan costear sus

necesidades, las cuales en muchos casos les es difícil asumir.

## **REMESAS INTERNACIONALES**

Cuando se habla de remesas, se refieren a las transacciones de dinero que son enviadas desde el extranjero, es decir, generalmente las envían a su nación de origen. De modo que estos aportes representan una fuente de ingresos alternativa para los países. En el caso particular de Venezuela, esta recepción de remesas representa un ingreso que ayuda a los ciudadanos del país, el cual está afectado por una crisis económica que repercute negativamente a sus ingresos, lo cual disminuye su capacidad para cubrir sus necesidades básicas.

En este sentido, las remesas son enviadas por los migrantes que dejaron su país de origen en busca de mejores oportunidades. Al respecto la OIM (Organización Internacional para las Migraciones) (2020) expresa que, “son transferencias en efectivo o en especie realizadas por los migrantes para sus familiares en los países de origen. Las remesas internacionales también comprenden la remuneración de empleados, tales como los trabajadores transfronterizos” (p.1). Por

lo que, las remesas representan transacciones de dinero, divisas o sus equivalentes, las cuales son efectuadas por los migrantes hacia sus familiares que se encuentran en su país originario. Del mismo modo, las remesas son de carácter internacional, ya que se realizan de un país a otro.

Anteriormente Venezuela era una nación que acogía y servía como refugio para personas provenientes del extranjero, hoy en día es totalmente distinto, ya que ahora son los venezolanos que migran y buscan refugio en otros países, dando lugar a una diáspora de más de 7 millones de personas, lo cual en números representa a nivel mundial nada más y nada menos que la segunda crisis en cuanto a desplazamiento de emigrantes con mayor proporción (ACNUR, 2023).

De modo que, el éxodo venezolano que ha llevado a muchos a establecerse en diferentes países alrededor del mundo, donde han tenido que alejarse de sus familiares, sin embargo, a pesar de la distancia intentan contribuir con ellos a través de estos aportes económicos que representan las remesas internacionales, lo cual se traduce en

una fuente de ingresos extras para aquellos que tienen bajos recursos, por lo que las remesas son de gran ayuda para mejorar la calidad de vida de sus familiares.

Ahora bien, el término remesa se utiliza para representar la acción de enviar algo, lo cual generalmente está representado por las transacciones de dinero, divisas o capital, cuyo envío se realiza desde un país a otro, de manera que es una transacción de carácter internacional. Del mismo modo, el envío de remesas puede efectuarse por distintos objetivos o propósitos, así mismo, estas remesas representan una fuente de ingresos para la nación a la cual se envía, ya que están destinadas a formar parte de los procesos económicos de la misma (Bembibre, 2012).

En este orden de ideas, se tiene que el envío de remesas desde el exterior representa un aporte importante para las familias de los migrantes que aun hacen vida en el país, ya que estas son un ingreso aparte de los salarios y sueldos devengados por el núcleo familiar, con el cual estos pueden adquirir o cubrir sus necesidades más básicas, las cuales se han visto difíciles

de afrontar por las deficiencias económicas y sociales que afectan a Venezuela.

Al respecto, Ucha (2014) expone sobre el ingreso familiar:

El concepto de ingreso familiar designa a todos aquellos ingresos económicos con los que cuenta una familia, esto obviamente incluye al sueldo, salario, de todos aquellos miembros de la misma que trabajan y que por ello perciben un sueldo y todos esos otros ingresos que puede considerarse extras (p.1).

Lo cual implica que, los ingresos familiares están representados por todos los ingresos económicos que están a disposición de una familia, de modo que estos ingresos están constituidos por las remuneraciones de carácter salarial de los miembros que componen a dicha familia, los cuales trabajan y por ende perciben pagos de salarios, además de cualquier otro ingreso que pudiera considerarse un plus o añadido. Todos estos ingresos económicos constituyen los ingresos familiares, con los cuales cada familia dispone para cubrir y satisfacer sus necesidades.

Del mismo modo, las remesas forman parte de los ingresos familiares, ya que

estas representan un “ingreso extra”, con el cual cuentan las familias venezolanas en la actualidad, debido a la gran diáspora venezolana que existe en el exterior, se ha hecho frecuente el envío de remesas, por lo que este aporte forma parte del ingreso familiar de gran parte de la población venezolana, con el que cuenta cada hogar para satisfacer las necesidades básicas como la compra de alimentos, pagos de servicios como el agua, electricidad, e inclusive en algunos casos pagos de consultas médicas y compra de medicinas, de modo que existen diversas necesidades que varían según el caso de cada familia en particular.

Con respecto al ingreso familiar, Cáceres, Montero, Núñez y Rodríguez (2007) expresan que, “Se distribuye en función de las necesidades prioritarias de alimentación, vivienda y servicio, educación y salud, recreación y el ahorro” (p.3). De modo que, este ingreso se utiliza para cubrir las necesidades más importantes, como lo son los gastos en alimentos, los gastos correspondientes a la vivienda y los servicios esenciales del día a día como lo son la educación o la salud, además

de que, si existiese un excedente correspondiente al mencionado ingreso, este se puede destinar a gastos de recreación y al ahorro para futuros gastos o inversiones.

Cabe destacar, que las remesas representan un aporte para los miembros familiares, los cuales se han visto disminuidos por la crisis económica que afecta de manera directa en las remuneraciones que perciben los ciudadanos venezolanos, ya que sus salarios ya no alcanzan para satisfacer todas sus necesidades, afectado de esta manera el poder adquisitivo de los mismos, por lo que los ingresos por remesas ya forman parte del presupuesto de muchas familias venezolanas.

Al mismo tiempo, se tiene que el poder adquisitivo de la población venezolana ha experimentado un duro golpe en la última década, con la crisis inflacionaria que afecta a la moneda local desvalorizándola, lo cual se traduce en una menor remuneración para las familias venezolanas, en tal sentido, Pérez y Gardey (2013) expresan que el poder adquisitivo, "es la disponibilidad de recursos que tiene una persona para satisfacer sus necesidades materiales.

En otras palabras, el poder adquisitivo se asocia a los ingresos del sujeto para concretar la compra de bienes o la contratación de servicios" (p.1), de modo que, el poder adquisitivo es la cantidad de recursos económicos con los que dispone una persona para cubrir sus necesidades o, dicho de otro modo, el poder adquisitivo está relacionado con el nivel de ingresos que obtiene un individuo, mediante los cuales puede adquirir los bienes y servicios.

De igual forma, el poder adquisitivo se ha visto disminuido debido a los problemas económicos que atraviesa la nación, derivando en un aumento en los precios de los bienes y servicios, además de la devaluación de los salarios, lo cual representa una desmejora en los ingresos familiares. Es por ello, que la entrada de las remesas a Venezuela fortalece estos ingresos familiares, lo cual posibilita que la población pueda afrontar de cierta forma las desmejoras económicas que se han manifestado.

Es importante tener en cuenta que mientras mayor sea el poder adquisitivo, esto implicará que se pueda satisfacer un mayor número de



necesidades con una cantidad de dinero en específico. De la misma manera, esto dependerá de la situación o circunstancia en la cual se encuentre el individuo con respecto a sus ingresos, así como también es importante tener en cuenta la situación económica en cuanto al valor de la moneda que se implementa (López y Sánchez, 2020).

Por lo cual, Venezuela se ha visto afectada por la crisis económica y el fenómeno inflacionario, generando una devaluación constante de la moneda local, además de la devaluación de los sueldos y salarios de las familias venezolanas, al respecto, Singer (2023) expresa que “La devaluación de la moneda y la feroz inflación han reducido el ingreso mínimo en el país a poco más de cinco dólares al mes “. De modo que, el fenómeno inflacionario ha provocado una devaluación en la moneda local, lo cual afectó negativamente al salario mínimo, el cual alcanzó un valor equivalente a 5 dólares americanos, un monto insuficiente para cubrir las necesidades básicas, por lo que cada día el venezolano depende más de los

ingresos por remesas enviados desde el exterior por sus familiares.

### **ECONOMÍA DE VENEZUELA**

La economía es una ciencia social que estudia el entorno dentro de una sociedad donde se evalúa sus necesidades para luego poder satisfacerlas mediante los bienes y servicios y así lograr el bienestar dentro de una población. Según López y Trapani (2013) exponen que la economía, “Constituye un pilar fundamental para el desarrollo, indicándose que no sólo se observan los efectos de las políticas y decisiones en la materia interna, sino que las orientaciones asumidas también crean modificaciones, cambios y consecuencias en aquellos con quienes mantienen relaciones comerciales” (p.4). Por lo que, la economía no solo se trata de un asuntos políticos y financieros, sino que también trata de las fluctuaciones que ocurren a lo largo de un tiempo determinado.

Sin embargo, Venezuela se ha caracterizado por ser un territorio de gran abundancia por sus recursos naturales como por ejemplo el petróleo, oro, hierro, gas, entre otros recursos

que son vitales dentro de una economía. Por esta razón, el recurso más importante del cual se genera su principal fuente de ingreso es el petróleo y nacionalizarlo supondría tener el control en cuanto a su explotación y la distribución del producto en el mercado. A su vez, hay que hacer hincapié que esta industria necesita el apoyo del extranjero en invertir maquinaria, para así tener un mejor funcionamiento en el crecimiento de la industria petrolera (Hernández, 1974).

De modo que, en la economía venezolana se puede mencionar entre los principales orígenes de esta crisis, el famoso “viernes negro”. Ese 18 de febrero de 1983 se produjo la devaluación de la moneda y el establecimiento de los cambios diferenciales, lo cual determinaba un punto de inflexión en la economía venezolana. Al respecto, para Cartay (1996) se refiere a lo siguiente:

El gobierno estableció ese mes de nuevo el régimen de control de cambios, después de casi veinte años con un sistema de tipo de cambio fijo y de libre convertibilidad del bolívar. Así se implantaron, conjuntamente, el Régimen

de Cambios Diferenciales (RECADI), con dos tipos de cambio o paridad fija preferencial (4,30 y 6,00 Bs./Us \$) y un mercado libre a paridad variable, y el Sistema Administrado de Precios. En 1984 se modificaron las tasas de cambio preferenciales (4,30; 6.00 y 7,50 Bs./US \$) y se utilizó el tipo de cambio de 7,50 para la mayor parte de las importaciones de bienes y servicios. (p.50).

Con relación a lo anterior, el gobierno de ese momento liderado por Luis Herrera Campins tomo esta decisión debido al problema económico que estaba ocurriendo, donde el aumento de la tasa de cambio ocasiono una inflación y devaluación de la moneda local, ya que esta tenía una estabilidad por décadas originando así una fluctuación económica donde los precios aumentaron, la venta del petróleo disminuyo y se originó una alta tasa de interés.

Probablemente, la nación adquirió un impacto económico, político y social, ya que tenía una consistencia en donde los precios se mantenían, el petróleo se estaba vendiendo a un buen precio y se asomaba a una estabilidad económica, pero la llegada de esta nueva tasa de

cambio lo que ocasionó fue una preocupación ya que esto sería el umbral de lo que podría ser en un futuro si esa situación no se controlaba, convirtiéndose en un país inflacionario con mucho déficit en el manejo de controles de cambio, aumento en los precios, problema sociales y un debacle en la venta y producción del petróleo, hecho que se pudieron notar como fue el caracazo 1989 y el golpe de estado en el 1992.

Se puede agregar que, uno de los primeros acontecimientos fue el llamado caracazo hecho que ocurrió el 27 de febrero de 1989, donde la población de Caracas bajo de los Cerros y se mostró descontento con algunas medidas realizadas por el presidente Carlos Andrés Pérez, de las cuales resaltaron el aumento del pasaje público y el incremento de la gasolina donde los venezolanos realizaron disturbios, saqueos y actos de violencia en las calles, ocasionado la muerte de varias personas, este hecho dio paso a un estallido social como consecuencia de la crisis económica que estaba atravesando el país (Martínez J, 2008).

En consecuencia, este acontecimiento ocurrido en el caracazo fue el inicio del descontento de la población venezolano por las decisiones realizadas por su gobernante y es cuando en el año 1992 el comándante Hugo Chávez realiza dos golpes de estado fallido al presidente Carlos Andrés Pérez cuyo objetivo era su derrocamiento del poder, acabar con la corrupción, mejorar la economía y frenar con la dinastía de los partidos políticos Copei y Acción democracia, generando así una futura popularidad dentro de la población venezolana hacia Hugo Chávez, en la cual decía que este podría ser un cambio para el país (Martínez M, 2008).

Aunado a esto, luego de los dos golpes de Estado fallidos, Hugo Chávez es encarcelado durante un tiempo y sale en libertad, y es cuando se postula a la presidencia de Venezuela en el año 1998 y gana dichas elecciones. En el transcurrir del tiempo las nuevas medidas de Hugo Chávez no fueron aceptadas por cierta parte de la población venezolana, donde salieron a la calle a protestar exigiendo la renuncia del presidente, a pesar de la violencia que ocurrió por parte de los

civiles y los militares, Hugo Chávez se mantuvo en el poder, el pueblo quedó muy sensible por el acontecimiento, además del paro de la industria del petróleo PDVSA y el país quedó muy deteriorado en los ámbitos político, económico y social (Olivieri y Guardián, 2003).

Cabe destacar, que después del acontecimiento del año 2002, el precio del petróleo volvió a subir, según González (2009) manifiesta que “en ese periodo se registraron cambios en el precio promedio de la cesta venezolana de petróleo, que a valores nominales pasó de 16,04 dólares el barril en 1999 a 86,81 dólares el barril en 2008, con un máximo de 129,54 dólares el barril en julio de ese año”. (p.7). Por lo que, el gobierno de Chávez aprovechó la bonanza del petróleo donde su producción fue al máximo, la exportación y el precio se incrementaron dando lugar a una estabilidad económica al país, esto le dio más popularidad a Chávez, la cual aprovechó para ganar las dos próximas elecciones realizadas en los años 2006 y 2012, este último mandato no lo concluyó por su condición de salud y posterior fallecimiento, dando como

sucesor a Nicolás Maduro a la presidencia de Venezuela.

Por otra parte, Nicolás Maduro llega al poder encontrándose con una economía inestable, la cual fue evolucionando al punto de obtener una inflación muy elevada, de la cual Vera (2018) menciona que “El proceso de aceleración inflacionaria, que retrospectivamente se remonta a finales de 2012, ha acabado por completo con los logros transitorios y cíclicos de los programas de desarrollo social de la Revolución Bolivariana. Entre 2015 y 2016, 10 millones de personas fueron ubicada por debajo del umbral de pobreza”. (p.84). De modo que, este problema de la inflación ha ocasionado que la pobreza aumente debido a la escasez de los productos básicos, el desempleo y la devaluación de la moneda local donde el ciudadano ha tenido que buscar otras alternativas como el éxodo al exterior para así tener una mejor calidad de vida y contribuir con sus familiares que aún siguen en el país.

Evidentemente, la devaluación monetaria es la depreciación de la moneda que está en curso legal dentro de un país. En otras palabras, Palma



(2010) indica que “la devaluación genera presiones alcistas de los precios debido al encarecimiento de los productos y servicios foráneos que se adquieren con divisas más costosa, a ese efecto inflacionario directo hay que agregarle otro de carácter indirecto”. (p.14). Por lo que, la devaluación de la moneda también se debe al aumento de los precios en el mercado o de la bolsa de valores que es más costosa en el momento que se factura, lo cual genera un aumento para el consumidor.

Lo cual implica que, la devaluación de la moneda en Venezuela es muy frecuente actualmente debido a la inflación que está atravesando la nación, donde el valor del billete se ha deteriorado con el pasar del tiempo dando como consecuencia a tres procedimientos de reconversiones monetarias como medidas para poder minimizar la inflación o tener cierto control. En cuanto a este tema, Dávila (2021) expresa lo siguiente:

Venezuela ha pasado por tres procesos de reconversión monetaria. Sin embargo es importante señalar que los procesos de reconversión venezolanos

coinciden en al menos tres elementos comunes: la eliminación de "ceros" de la moneda, mediante una operación de división entre algún múltiplo de 100; el establecimiento de normas de transición entre el nuevo cono monetario y el correspondiente a la re expresión, modelo de convivencia de ambos conos monetarios, preservación de billetes y monedas "viejos", reglas de recolección de circulante por parte del Banco Central, entre otras (p.3).

Por consiguiente, como resultado de las reconversiones monetarias, se ha tenido una descapitalización del poder adquisitivo que cada vez pierde más fuerza ocasionando un aumento en los precios de los bienes y servicios, esto quiere decir, que la inflación no va a desaparecer con la ejecución de esta medida, pareciera haber cierta “estabilización” de la inflación al no observar cantidades altas en los precios, así como en el uso y denominación de billetes, sin embargo estas medidas no han resultado, por lo que se deberían implementar un nuevo plan de trabajo para así frenar la devaluación y la inflación en el país.

Es importante resaltar que, a pesar de tener estas reconversiones la moneda local sigue en devaluación y, por consiguiente, la población ha tenido que buscar otras alternativas para proteger sus ingresos de la inflación y allí es donde entra la moneda referencia que es el dólar, Según Stefanoni (2022) describe este suceso como “la dolarización en Venezuela de facto de la economía ocurrió tras la crisis de 2019, que fue un punto de inflexión para Maduro, los apagones como el del 7 de marzo de ese año y la falta de gasolina”. (p.2). De modo que, la circulación de la moneda del dólar llego a partir de estos acontecimientos ocurridos en el país donde los ciudadanos buscaron esta alternativa para poder sustentar y tener una medida más viable de proteger sus ingresos, ya sea para ahorrar o adquirir bienes y servicios donde además se podrá asegurar de alguna forma el poder adquisitivo de los ciudadanos. Aunado a esto, el termino de remesa internacional en Venezuela se ha vuelto muy común, debido al éxodo de migrantes que ha tenido el país en estos tiempos por la crisis económica, una decisión difícil de afrontar, pero

cuya finalidad es buscar mejores oportunidades económicas y poder aportar a sus familiares un apoyo monetario a través del envío de remesas, que su mayoría son destinadas para gastos en comida o medicinas. Por lo tanto, dentro de una familia los ingresos aumentan, esto es gracias a la ayuda extra que las remesas representan, lo cual es beneficioso para poder cubrir con ciertas necesidades de la canasta básica.

¿Pero realmente estos ingresos siguen representando tanta ayuda a la familia venezolana como en tiempos anteriores? Porque la crisis económica que está transitando Venezuela parece no mejorar, donde la inflación ha devaluado la moneda oficial, lo cual repercute negativamente en los salarios, de modo que las remesas que son recibidas toman una mayor importancia en muchos casos para poder cubrir todos los gastos, por lo tanto, el envío de dinero desde el exterior ha tomado gran relevancia para el presupuesto de los venezolanos, que en muchos casos son dependientes de este recurso

como consecuencia de las crisis anteriormente mencionadas.

Inclusive, los venezolanos que están en el exterior tienen la necesidad de trabajar aún más, debido a que sus familiares se ven afectados por la disminución del poder adquisitivo en Venezuela, por lo que requieren cada vez más recursos para satisfacer sus necesidades, lo cual implica que los migrantes deben generar mayores ingresos que les permitan cubrir con sus gastos propios y del mismo modo, proporcionar un apoyo económico a quienes aún hacen vida en su país de origen.

Sin lugar a dudas, se puede indicar que Venezuela no tiene una economía con gran estabilidad, ya que el éxodo de los ciudadanos, la pérdida de poder adquisitivo, la devaluación de la moneda y la inflación son indicadores que perjudican al país debido a que la calidad de vida se deteriora aún más y por lo tanto sus ingresos son menores a pesar de que algunos familiares cuentan con esa ayuda extra que representan las remesas internacionales, sin embargo dicha ayuda ya no es suficiente debido a los indicadores mencionados.

## REFLEXIONES

En el contexto económico de Venezuela, proveniente de los factores históricos como; la dependencia económica del país por el petróleo, la crisis monetaria e inflacionaria que vive la nación; las cuales han provocado medidas del ejecutivo nacional de turno tales como las reconversiones monetarias, son algunos aspectos que han llevado al país a la situación de crisis económica, en la cual las personas más perjudicada es la población venezolana que ha vivido la constante devaluación de su moneda local, la pérdida de poder adquisitivo, lo cual dificulta su capacidad satisfacer sus necesidades, es por ello que muchos han tomado la decisión de emigrar a buscar mejores oportunidades en el exterior. Al mismo tiempo esta situación ha llevado a que la diáspora venezolana envíe remesas a sus seres queridos que aun residen en la nación, esta acción se ha ido incrementando a medida que aumenta el número de venezolanos en el exterior.

En definitiva, los ingresos por remesas internacionales son de gran importancia en estos momentos,

debido a que ayudan a optimizar la calidad de vida de los familiares de los migrantes, además también repercute en la economía de la nación, ya que estos ingresos permiten que haya un flujo de dinero o divisas a lo largo del país, generando que se produzcan más transacciones de compras y ventas, lo cual es vital para el incremento en la economía local y asimismo para la población, dado que los ingresos por remesas les facilita a las personas satisfacer sus necesidades básicas y generar que los establecimientos comerciales obtengan más ganancias por sus ventas, lo cual a su vez les da la posibilidad a estos de proporcionarles mejoras en sueldos y remuneraciones a sus empleados. Sin embargo, es importante destacar que los ingresos por remesas ya no son tan efectivos para los venezolanos como al inicio de su implementación, esto por la inflación que se sigue manifestando, problemática que afecta con mayor fuerza a las familias más necesitadas.

## REFERENCIAS

Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) (2023). Situación de Venezuela [Artículo en línea] Disponible: [https://www.acnur.org/situacion-en-](https://www.acnur.org/situacion-en-venezuela.html)

[venezuela.html](https://www.acnur.org/situacion-en-venezuela.html) [Consulta: Abril 14, 2023].

Bembibre, Cecilia (2012). Definición de remesa [Artículo en línea] Disponible: <https://www.definicionabc.com/economia/remesa.php> [Consulta: Marzo 15, 2022].

Cáceres, Alfredo, Montero, Carmen, Núñez, Linda y Rodríguez, Daysi (2007). Un estudio del ingreso familiar a través del ahorro [Documento en línea] <https://www.redalyc.org/pdf/364/36413112.pdf> [Consulta: Marzo 17, 2022].

Cartay, Rafael (1996). Las crisis económicas y sus repercusiones en la economía venezolana [Artículo en línea] Disponible: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/19233/articulo3.pdf?sequence=2&isAllowed=y> [Consulta: Abril 15, 2023].

Dávila, Jesús, (2021). Reconversión monetaria en Venezuela [Revista en línea] Disponible: <https://www.venamcham.org/wp-content/uploads/2021/11/LAW-BY-EXPERTS-10-Reconversion-Monetaria-2021.pdf> [Consulta: Abril 15, 2023].

González, Diego (2009). Venezuela ante la baja de los precios del petróleo [Artículo en línea] Disponible: [https://static.nuso.org/media/articles/downloads/3605\\_1.pdf](https://static.nuso.org/media/articles/downloads/3605_1.pdf) [Consulta: Abril 15, 2023].

Hernández, Arturo (1974). La nacionalización del petróleo en Venezuela. [Revistas en línea]



Disponible:

[https://static.nuso.org/media/articles/downloads/128\\_1.pdf](https://static.nuso.org/media/articles/downloads/128_1.pdf) [Consulta: Abril 15, 2023].

López, Javier y Sánchez, José (2020). Poder adquisitivo [Artículo En línea] Disponible: <https://economipedia.com/definiciones/poder-adquisitivo.html> [Consulta: Marzo 17, 2022].

López, Margo y Trapani, Lourdes (2013). Proceso de Devaluación en Venezuela y sus Efectos en América Latina [Revista en línea] Disponible: [file:///C:/Users/frank/Downloads/cbc,+XXCongreso\\_artigo\\_0395%20\(6\).pdf](file:///C:/Users/frank/Downloads/cbc,+XXCongreso_artigo_0395%20(6).pdf) [Consulta: abril 15, 2023].

Martínez, José (2008) Causa e interpretaciones del caracazo. [Libro en línea] Disponible: <file:///C:/Users/frank/Downloads/Dialnet-CausasEInterpretacionesDelCaracazo-2719251.pdf> [Consulta: Abril 15, 2023].

Martínez, Miguel (2008). Golpe de estado en Venezuela durante el periodo 1989-2004: Evolución del conflicto y contexto sociopolítico. [Artículo en línea] Disponible: [file:///C:/Users/frank/Downloads/haosorior,+1-apol54%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/frank/Downloads/haosorior,+1-apol54%20(2).pdf) [Consulta: Abril 15, 2023].

Olivieri, Giannina e Guardián Inés (2003). El fogonazo venezolano: la crisis de abril del 2002. Una explicación de la violencia política en Venezuela [Revista en línea] Disponible: <https://www.resdal.org/producciones-miembros/redes-03-guardia.pdf> [Consulta: Abril 15, 2023].

Organización Internacional para las Migraciones (OIM) (2020). Instantáneas analíticas sobre la COVID-19 #16: Remesas [Documento en línea] Disponible: [https://www.iom.int/sites/g/files/tmzbdl486/files/documents/instantaneas\\_analiticas\\_covid-19\\_16\\_remesas\\_internacionales.pdf](https://www.iom.int/sites/g/files/tmzbdl486/files/documents/instantaneas_analiticas_covid-19_16_remesas_internacionales.pdf) [Consulta: Marzo 15, 2022].

Palma, Pedro (2010). Devaluación del bolívar orígenes, razones y consecuencias [Libro en línea] Disponible: [https://ancevenezuela.org.ve/wp-content/uploads/2020/12/20100128\\_Foro\\_Anual\\_Devaluacion\\_del\\_bolivar\\_origenes\\_razones\\_y\\_consecuencias-1.pdf](https://ancevenezuela.org.ve/wp-content/uploads/2020/12/20100128_Foro_Anual_Devaluacion_del_bolivar_origenes_razones_y_consecuencias-1.pdf) [Consulta: Abril 15, 2023].

Pérez, J. y Gardey, A. (2013). Definición de poder adquisitivo [Artículo en línea] Disponible: <https://definicion.de/poder-adquisitivo/> [Consulta: Marzo 17, 2022].

Singer, Florantonia (2023). Venezuela, sobrevivir con el salario mínimo más bajo de América Latina. [Artículo en línea] Disponible: <https://elpais.com/internacional/2023-03-07/sobrevivir-con-el-salario-minimo-mas-bajo-de-america-latina.html> [Consulta: Abril 20, 2023].

Stefanoni, Pablo (2022). En Venezuela, "Todo está muy normal. [Revista en línea] Disponible: <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2022/10/AC-17.-2022.pdf> [Consulta: Abril 15, 2023].

Ucha, Florencia (2014). Definición de ingreso familiar [Artículo en línea]

Disponible:  
<https://www.definicionabc.com/economia/ingreso-familiar.php> [Consulta: Marzo 17, 2022].

Vera, Leonardo (2018). ¿Cómo explicar la catástrofe económica

venezolana? [Artículo en línea]  
Disponible:  
[https://static.nuso.org/media/articles/downloads/5.TC\\_Vera\\_274.pdf](https://static.nuso.org/media/articles/downloads/5.TC_Vera_274.pdf)  
[Consulta: Abril 15, 2023].

## **READAPTATION OF PRIMITIVE ECONOMY AND ITS IMPACT ON TODAY'S SOCIETY AND ECONOMIC SYSTEM SOCIETY AND THE CURRENT ECONOMIC SYSTEM**

Jesús Figueredo

### **Summary**

Current economies ignore parameters of the primitive economy, including the incidents caused by it. Analyzing the technical limits of economies in various facets is vital to improve their evolution. As a fundamental objective of this article, emphasis is placed on the comparative analysis of primitive economics with its 20th century facet. The investigative method used highlights qualities and foundations of the primitive economy that have been reused in nations today, highlighting the repercussion of these measures in both economic and social aspects, revealing why these measures were ineffective, as well as the reason for using them in the region at that time. The results of the economic juxtaposition demonstrate that said convergence is feasible depending on the region and culture where it is used. To conclude, the positive impacts of implementing the basic foundations of primitive economics are justified according to the specified region. Keywords: Economy, Juxtaposition, Culture.

## **READAPTACION DE LA ECONOMIA PRIMITIVA Y SUS INCIDENCIAS EN LA SOCIEDAD Y SISTEMA ECONOMICO ACTUAL**

### **Resumen**

Las economías actuales incurren en ignorar parámetros de la economía primitiva incluyendo las incidencias ocasionadas por la misma. Analizar los límites técnicos de las economías en varias facetas es vital para mejorar su evolución. Como objetivo fundamental de este artículo, se hace énfasis en el análisis comparativo de la economía primitiva con su faceta del siglo XX. El método investigativo empleado destaca cualidades y fundamentos de la economía primitiva que han sido reutilizados en las naciones actualmente, resaltando la repercusión de dichas medidas tanto en aspectos económicos y sociales, dando a conocer porque dichas medidas fueron ineficaces, así como la razón de emplearlas en la región de aquel entonces. Los resultados de la yuxtaposición económica demuestran que dicha convergencia es factible según la región y cultura donde se emplea. Para concluir, se justifican las incidencias positivas de implementar los fundamentos básicos de la economía primitiva según la región especificada.

Palabras clave: Economía, Yuxtaposición, Cultura.

## **INTRODUCCIÓN**

Durante el desarrollo de la sociedad primitiva era necesario que el ser humano de aquella época pudiera satisfacer sus necesidades primordiales valiéndose de su condición física y recolección de información del entorno que le rodeaba. Bajo estos fundamentos era necesario suponer que dichas necesidades eran escasamente satisfechas es decir el margen de satisfacción para los individuos de aquella época solo se operaba pensando en cubrir con las necesidades individuales. En una época tan salvaje era natural que cada persona desconfiara de sus semejantes al existir poco raciocinio y el lenguaje estuviera atrasado.

Sin embargo, a pesar de existir tan limitadas formas de comunicarse no hubo inconvenientes en la formación de muchas tribus y clanes de la antigüedad ya que el hombre por aquel entonces no tenía contemplado diferenciarse o imponerse sobre otros individuos ya fuera por el tipo raza o la religión a la que estos fueran devotos. Por aquel entonces la agrupación de individuos se hizo con un único objetivo

en mente el cual era satisfacer las necesidades primordiales que aquejaban en ese momento, por supuesto los resultados de esa agrupación fueron totalmente efectivos y esa colusión sentaría las bases en el futuro en lo que se convertiría a medida que la historia avanzo en la economía actual.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Se realizó un estudio investigativo y analítico de diversos textos que destacan el desarrollo de distintas economías del siglo XX a nivel mundial haciendo énfasis en los fundamentos básicos que la conforman y los límites técnicos que las definen. La naturaleza de la investigación incurre en analizar la factibilidad de la yuxtaposición de los fundamentos básicos y límites técnicos entre las economías del siglo XX con la economía primordial o primitiva para justificar el uso de sus cimientos teóricos de la segunda en la economía actual.

## **ECONOMÍA PRIMITIVA Y SUS FUNDAMENTOS BÁSICOS**

A pesar de sus muchas críticas la economía actual siempre ha sido



considerada como una serie empírica que ha evolucionado con el devenir de los tiempos. Por otro lado, la economía primitiva puede ser considerada como aquel primer intento de economía implementada por el individuo primitivo en la cual el mismo buscaba la obtención de recursos extremadamente escasos o de difícil obtención para satisfacer necesidades limitadas. Las necesidades limitadas dentro de la economía primitiva se enfocaban solamente a la satisfacción de las carencias básicas del ser humano las cuales eran respirar, beber agua y alimentarse, estas necesidades básicas forman parte del impulso de auto preservación del individuo.

Para cubrir unas necesidades tan simples libres en ausencia de cualquier sesgo ideológico, el ser humano se valía de la recolección de dichos recursos a través del medio ambiente que le rodeaba. Por supuesto se puede detallar que una de las principales desventajas para los hombres primitivos en la antigüedad era actuar de manera individual en relación a la búsqueda de medios de subsistencia ante la imprevisibilidad de la naturaleza, aunado al hecho de que en

esa época no existía un lenguaje de comunicación desarrollado y específico para formar alianzas rápidamente entre otros individuos. (Campillo Valero y Guixe García, 2005).

Resulta paradójico que la asociación de los individuos de la época primitiva no tuviera complicaciones severas en un inicio ya que no se contaba en esa época con un sistema de comunicación más detallado como en la actualidad, en parte esto puede ser debido a la ausencia de una discriminación clasista como se vive en ciertos lugares del mundo actual.

El no poseer un sistema de comunicación tan avanzado no entorpecía, la satisfacción de necesidades primordiales a través de actividades rudimentarias como la cacería, la obtención de alimentos y la elaboración de ropa por medio de pieles. Se puede afirmar entonces que, al ser una economía meramente apegada a la auto-conservación, la misma no se veía afectada por las limitaciones del habla ya que las necesidades no tienen un nivel de especificación, detalle y complejidad originadas del ego del individuo como

en el presente, sino que se valían del instinto de supervivencia en aquel entonces como el principal incentivo.

Analizando el contenido anterior se puede resaltar que en dicha economía primitiva no existía discriminación alguna contra las clases sociales y por lo tanto las funciones se administraron según las cualidades rudimentarias de los individuos de aquel entonces. Las actividades se dividieron según las capacidades físicas de cada persona para una mejor ejecución de las mismas. Algunos se dedicaban a la caza y pesca, mientras que otros desempeñaban funciones de agricultura y ganadería u otros oficios rudimentarios como la orfebrería.

Resumiendo, la formación de clanes y tribus en la sociedad primitiva se estableció para la satisfacción de las necesidades básicas que el hombre primitivo no era capaz de satisfacer individualmente, esto aunado a la escasez de recursos y bajos niveles de conocimiento en diversas áreas lo obligaron a asociarse con otros individuos para compensar mediante el trabajo en conjunto las carencias antes mencionadas.

Los resultados de la asociación de los individuos primitivos fueron positivos. La acción de fraternizar entre distintos grupos propicio el nacimiento de diversas culturas, lenguas y paradigmas filosóficos que sentaron las bases de lo que sería la sociedad actual. Las primeras actividades económicas empezaron por la asociación de grupos muy reducidos y se caracterizaron por dar origen a los primeros principios de lo que sería la microeconomía actual. No es de exagerar que mientras más fácilmente se cubrían las necesidades básicas de cada sociedad primitiva, más iba en aumento el nacimiento de nuevos paradigmas y puntos de vista económicos ya no enfocados en la obtención de medios para la subsistencia del ser humano sino basados en un propósito más sofisticado y complejo proveniente ya no del instinto sino del egoísmo.

Una vez que las tribus primitivas alcanzaron cierto nivel de desarrollo, surgieron privilegios y ciertos derechos especiales que eran obtenidos por individuos que tuvieran un vínculo o parentesco con aquellos miembros con un cargo superior o ejercieran una

función importante en la tribu. Es a partir de este momento que la economía primitiva comienza experimentar lo que sería su aparente extinción. Con la aparición de necesidades que van más allá de la satisfacción necesaria para la subsistencia se origina el primer caso de clasismo social. Como, por ejemplo: el uso de herramientas rudimentarias y la ocupación de ciertas tierras iba a ser llevado a cabo por parientes cercanos al líder del clan de la tribu. Es a partir de este momento que se crea lo que posteriormente sería conocido como propiedad privada.

La economía ortodoxa y sus fundamentos básicos El desarrollo de las sociedades del siglo XX de diversas culturas propicio a una evolución gradual de los sistemas económicos. Una vez cubiertas las necesidades básicas se genera la aparición de necesidades más complejas dando paso a la aparición de nuevos productos y servicios en un escenario económico que sería conocido como mercado. Por lo tanto, la economía ortodoxa, no se define por el simple hecho de consumir un producto para aplacar instintos básicos. En el siglo XX

el grado de complejidad de esta economía no se limita a cubrir la carencia de alimentos, actualmente la sola necesidad de tener un objeto sin necesidad de consumirlo satisface la ambición de poseerlo sin sufrir el desgaste o agotamiento de dicho producto.

Analizando el contenido visto se puede resaltar que la mejora de las condiciones del entorno en la sociedad moderna propicio a la aparición de múltiples necesidades más específicas y complicadas generando posteriormente la aparición de nuevos productos y servicios. Ante la creación de necesidades tan únicas y específicas por cada individuo surgen las incógnitas de: ¿qué hará el mercado?, ¿qué productos y servicios creará? y ¿cómo se administrarán de manera eficiente para que haya estabilidad?

Una vez que los oferentes deben analizar con detenimiento cuales son los productos más adecuados para cubrir necesidades de mayor relevancia dentro un número considerable de las mismas, es cuando se comienza a entrar en lo que se

llamaría economía ortodoxa. Dicha ciencia recopila datos obtenidos a través de la historia con el fin de solucionar los problemas actuales. La misma hace énfasis en las decisiones tomadas en tiempos pasados, optando por seguir los eventos que tuvieron resultados aprobables y descartar aquellos sucesos desastrosos, tan solo usándolos como referencia para no cometer los mismos errores.

La racionalidad y análisis totalmente neutrales son fundamentales para que la economía del siglo XX trabaje de forma eficiente. Esta ciencia a pesar de estar abierta a todo tipo de perspectivas racionales no puede estar teñida o decantarse por algún sesgo ideológico de la sociedad actual y declararlo como un sistema administrativo absoluto para dirigir la economía de una nación.

A diferencia de la economía primitiva la cual solo se enfocaba en cumplir necesidades básicas, la economía ortodoxa debe lidiar con estudios económicos más complejos y variados en una región específica la cual está diferenciada por la cultura, la ideología, así como su demografía y relación con

su ecosistema u entorno biológico. Por lo tanto, cada sistema económico actual debe actuar en base a las creencias de su sociedad la cual comparte infinidad de necesidades muy diversas según su entorno, a diferencia del sistema primitivo cuyas necesidades no eran tan numerosas y a pesar de que el entorno también influía en la satisfacción de esas necesidades, el nivel de exigencia de las mismas era considerable resultado de la escasez o nivel de dificultad para obtener recursos en esa época.

En el siglo XX existe gran vastedad de recursos y servicios que son producidos por naciones con economías eficientes. Debido a la abundancia de estos recursos hoy en día las necesidades básicas no son una prioridad y por lo tanto el nivel de exigencia está orientado a un tipo de necesidades encaminadas al desarrollo del ser humano como individuo, trazando objetivos y metas que le serán útiles para el futuro mediante medios y herramientas que le sean beneficiosos y que le sean proporcionados por el mercado.



La economía moderna no es una ciencia perfecta. Si se pudiera hacer un ejemplo de su funcionamiento dicha lógica sería comparable al modo en que funciona un reloj de cuerda manual, este tipo de relojes a pesar de que deberían de funcionar eficientemente de forma continua deben calibrarse cada cierto tiempo ya que algunas piezas suelen imantarse, lo que genera atrasos y adelantos de tiempo en algunos casos. (Blanco, 2020).

Para la economía ortodoxa el funcionamiento es semejante ya que a pesar de ser una ciencia racional y lógica la misma debe ajustarse a las condiciones y fluctuaciones de una región continuamente. Una mala política podría dejar dicha economía muy atrasada como las agujas del reloj y devolverla al pasado es decir convertirla en la economía primitiva como en el caso de Venezuela y una política correcta podría hacer que dicha aguja en representación de la economía progrese y vaya adelante hacia el futuro.

La forma correcta de calibrar esta aguja económica de cualquier región consiste

en aplicar medidas económicas neutrales que generen un equilibrio adaptativo de tal magnitud que se mantenga estoico y se adapte rápidamente a las distintas fluctuaciones económicas de cualquier nivel o que en el mejor de los casos la adaptación ante diversas situaciones sea momentánea hasta encontrar nuevamente el equilibrio. (Arie y Perote. 2015).

Es así entonces que en una economía ortodoxa al implementar las medidas equivocadas esta no solo no encontrará el camino a la estabilidad, sino que volverá al principio, es decir estará regresando a lo que alguna vez fue conocido como la economía primitiva. Para muchas naciones es importante tener en cuenta que si sus economías no son calibradas con las políticas adecuadas solamente retrocederán igual que las agujas del reloj de cuerda y todos los avances en cuanto a recursos y servicios regresarán a un estado de abundante en escasez, yuxtaponiendo el pasado en el presente.

## **YUXTAPOSICIÓN DE EP SOBRE LA EO**

Haciendo un resumen del contenido expuesto se puede resaltar que muchas naciones del siglo XX en día han incorporado a sus sistemas económicos fundamentos básicos de la economía primitiva de forma inconsciente. Algunas de estas coincidencias se pueden encontrar en el caso de la concepción marxista al buscar una sociedad sin clases sociales una vez que la sociedad capitalista haya desaparecido.

Mediante estas decisiones la sociedad marxista esperaba que los conflictos entre las distintas clases sociales desaparecieran. Según lo mostrado en la economía primitiva esta funcionaba de una manera eficiente sin disputa de clases ya que los individuos estaban enfocados en cubrir solamente las necesidades básicas. Por lo tanto, el marxismo emulaba la economía primitiva al querer conseguir una sociedad sin disputa de clases y enfocada en su mejora continua.

La falla de este tipo de acciones incurre en que la sociedad moderna y la sociedad primitiva se diferencian por la cantidad de necesidades que se le demanda a cada una de estas

economías. Mientras que la economía primitiva se caracterizó por operar con un número limitado de necesidades básicas la economía ortodoxa trabaja con un número ilimitado de necesidades por parte de cada individuo. La evolución cultural fortaleció una gran variedad de perspectivas entre los individuos que conforman la sociedad actual, por lo tanto, es normal que exista disputa ante la diversidad de puntos de vista como ya se ha demostrado con las distintas guerras y conflictos por parte de la raza humana.

Todo el marxismo falla al ignorar que la eliminación absoluta de cualquier tipo de clasismo no genera una reducción en el nivel de perspectiva o puntos de vista de las personas. La sociedad primitiva no era clasista porque carecía del conocimiento necesario para desarrollar una perspectiva individual que generara egoísmo, dicha perspectiva no apareció hasta el momento que surgen necesidades más complejas. La sociedad actual debe ser clasista en ciertos aspectos porque goza de un nivel de perspectiva y ambiciones desarrollada a través del conocimiento acumulado de siglos de

descubrimientos durante el desarrollo de la humanidad.

Dentro de las primeras necesidades complejas del humano primitivo se encontraba la búsqueda de mano de obra gratuita, esta fue una de las bases que se sentaron para la creación de la esclavitud y por lo tanto para el clasismo en la sociedad. Aunque la esclavitud ha concluido ciertamente la diferenciación de unos individuos de otros es necesaria en el siglo xx para evaluar capacidades profesionales y laborales por parte de algunas empresas.

Con las ideas vistas se aprueba que el clasismo fue una parte esencial del desarrollo humano hacía mejores economías. Si se aborda desde el punto de vista laboral el nivel de desempeño con el que algunos individuos llevan a cabo una actividad en una empresa podría ser muy distinto en cuanto a responsabilidad. Entonces si se podría diferenciar a ciertos individuos no por su clase social o una posición privilegiada sino por el nivel de esfuerzo e iniciativa con el que llevan a cabo una acción.

Analizando el clasismo social, aunque este perjudico y aun perjudica a ciertas regiones del mundo fue necesario para saber diferenciar que los individuos si pueden destacar de otros según el empuje, ímpetu o nivel de iniciativa. En el caso de las empresas los empleados que mostrarán iniciativa serán bien remunerados .Existen casos de naciones que no solo buscan la eliminación de cualquier tipo de clasismo en su población, sino que buscan tener un limitado el nivel de perspectiva en sus habitantes reduciendo el acceso a fuentes de conocimiento con el fin de mantener a raya la demanda de la población no porque no exista necesidades sino que en si no hay fundamentos o bases para crear perspectivas más complejas creando así una demanda artificial. Un ejemplo de esto se daría en Corea del Norte.

No obstante, aunque los habitantes de dicha nación no vivan en una era primitiva ciertamente las economías que se consideren así mismas homogéneas es decir que su economía está fuertemente arraigada a su ideología sin incorporar un movimiento alterno a sus creencias, no alcanzara

un nuevo camino de evolución. De esta forma tal y como las agujas del reloj deficientes, su economía podría ir de retroceso o permanecer estática como en este caso, es decir no avanzara hacia un mejor mañana ante la terquedad de implementar políticas económicas.

Al analizar que la economía primitiva, aunque estaba libre de ideologías era una economía centrada en el avance y mejora de la civilización. La economía ortodoxa a nivel mundial es rebotante de ideologías y creencias de las culturas que trascendieron la economía primitiva. Esta economía ortodoxa debería mantenerse igual de centrada y no decantarse de forma absoluta por una creencia en específico, toda economía ortodoxa de cada nación en la actualidad debería asumirse como mixta, es decir la misma puede trabajar tanto con pensamientos capitalistas, y al mismo tiempo incluir aspectos del marxismo para mejorar o pulir algunas irregularidades que el mercado no pueda solucionar y viceversa según la región. Un ejemplo de los antes mencionado se puede encontrar en el intento de algunas naciones por

disminuir la brecha de desigualdad que existe entre los habitantes de una nación. Es de hacer notar primero que la situación económica y social de la población varía según el entorno y las condiciones iniciales en el cual se desarrollan. Para que las naciones en desarrollo puedan competir en igualdad con aquellas naciones desarrolladas es necesario que las primeras busquen una forma de reducir el margen de desigualdad social o pobreza de sus habitantes. (Organización de las Naciones Unidas [ONU],2016).

Para reducir la brecha de desigualdad social medios como el mercado para ejecutar esta acción son innecesarios porque el mercado y medios privados no ven esta acción como muy lucrativa en el corto plazo, sin una ganancia a la vista que retribuya una acción para reducir dicha brecha el mercado queda descartado. Para puntualizar, acciones que contribuyan a la satisfacción de un bien mayor como reducir la brecha de desigualdad social son necesarias sin que el ejecutor de dicha acción en este caso el estado este condicionado por el costo, ya que una acción de este tipo contribuirá al desarrollo de un bien mayor.



Otro ejemplo destacable se puede encontrar sería, por ejemplo: En Venezuela, su sistema eléctrico depende de la central hidroeléctrica del Gurí, para la elaboración de dicha central ninguna empresa privada se hizo responsable de la creación de la misma. El gobierno de Rómulo Gallegos se encargó de todo respecto a gastos y elaboración de tal obra. Las obras iniciaron en 1963. Comenzó a funcionar parcialmente en 1968 y se culminaron las obras en 1976. El fin que tendrá un bien mayor sin ganancias económicas inmediatas es necesario para el avance de la sociedad a una civilización más prospera. (Salomón, 2020).

Es así como la economía ortodoxa debe ver más allá de las ideologías sin mostrar favoritismo por ninguna de ellas, solo teniendo en cuenta la utilidad de distintos puntos de vista cuando sea el momento y lugar adecuado para ejecutarse. La economía primitiva centrada en el avance de la sociedad estaba enfocada en la supervivencia y avances de la civilización, esto se hacía incorporando medidas de utilidad como modificar sus hábitos de casa en épocas de invierno al utilizar pieles

para soportar el frío y desechar aquello que fuese innecesario como, por ejemplo: Descartar el desarrollo de agricultura en tierras nada fértiles, teniendo que trasladarse más de 100 km para encontrar el terreno adecuado.

El sistema económico más viable para la asignación de recursos y el sistema más viable para la asignación de subsidios que puedan reducir la brecha de desigualdad en una población tienen claramente una respuesta distinta para llegar a un progreso claramente fortuito para muchas partes. Por lo tanto, la economía ortodoxa al ser una economía totalmente mixta incorpora pensamientos de diversas ideologías sin tener favoritismos por alguna. Sin duda alguna Adam Smith el padre de la economía moderna fue conocido por sus grandes avances del pensamiento económico.

Smith vivió en el siglo XVIII, época en que en Inglaterra inicia la Revolución Industrial que tiene como consecuencia un incremento de los bienes. Smith sostiene que la productividad sube a medida que se incrementa la división del trabajo. revolución industrial

representa un antes y un después en lo que se convertiría hoy la economía moderna. (Duffy,2022)

Durante la época antigua por ejemplo las armas del cazador eran primitivas (Piedra, arena, bastón, tierra, su propia mano), usaba todo lo que podía sin preocupación por las apariencias, es decir lo que pudiera utilizarse sería utilizado en el momento adecuado. Posteriormente cuando la historia avanza, ese hombre primitivo fue sustituido por una persona civilizada, las lanzas y demás armas fueron cambiadas por un portafolios y la mayoría de las carencias fueron solventadas cuando comenzó la gran revolución industrial. Aunque los beneficios son sin duda trascendentales es natural que se perdiera objetividad al no cuestionar todo este nuevo sistema económico que por más avances que genere debe tener una parte negativa. El caso de la revolución industrial no es una excepción, ya que la misma inicialmente descuidaba o no tomaba en cuenta los derechos laborales, dando como resultado un capitalismo despectivo y salvaje contra los trabajadores como se detalla en la novela de Víctor Hugo Los

Miserables. Al inicio de dicha novela el protagonista Jean Valjean el cual fue condenado a prisión por robar un pan para alimentar a su familia es condenado a 19 años de prisión y una vez liberado se ve frustrado al intentar conseguir un empleo en distintos lugares al ser rechazado por su condición de ex convicto. (Imaginario, s.f.).

Así como Adam Smith es el padre de la economía moderna y sus aportes ayudaron al desarrollo de la revolución industrial, la misma generó un desequilibrio en cuanto al trato correcto que se le debe dar a los trabajadores. No fue hasta la aparición del padre de los derechos laborales, Karl Marx, que se solventaría esta falla. Las políticas de Marx fueron importantes ya que disminuyeron la explotación laboral y sentaron las bases para la creación de organizaciones que protejan la integridad física del trabajador, así como que les permitan cubrir todo tipo de planes médicos ante un incidente laboral. (Santaella, 2021).

## **RESULTADOS**

Los resultados analíticos arrojan que, aunque muchas economías fallan al

implementar diversas políticas porque solo consideran que la economía ortodoxa se maneja por el fundamento de la ideología que la emplee. Un grave error porque aquellas economías que se consideran plenamente homogéneas como las de la unión soviética o Corea del Norte no tuvieron avances económicos plenamente significativos.

No obstante toda economía si planea avanzar hacia un mejor mañana financiero no debe enfrascarse en un solo tipo de pensamiento ya fuesen socialistas o capitalistas, como una ideología arraigada, sino como meras herramientas que debían de emplearse en el momento adecuado cuando la situación lo demandara, es decir alternar el uso de las doctrinas económicas según el área que mejor manejaran, tal y como el cazador primordial no se enfrascaba en utilizar una herramienta en específico sino la que más le fuera de utilidad sin gusto, ni favoritismo, solo por lógica y mera experiencia.

Por lo tanto, en perspectiva al contenido anterior se justifican las incidencias positivas y negativas de

implementar fundamentos básicos de la economía primitiva según la región especificada en un tiempo determinado.

### **PARA REFLEXIONAR**

La economía del siglo XX falla al pensar que la aplicación intensa de una doctrina excluyendo cualquier otro tipo de política traerá solución a cada aspecto cuando la historia demuestra que las economías mixtas funcionan de forma estable porque están abiertas a la diversidad de pensamiento. Por lo tanto, las economías que han tenido éxito como por ejemplo Estados Unidos se podrían llamar capitalistas, sin embargo, esta afirmación es falsa ya que las políticas de cuidados y mejores tratos al trabajador propuestas por Marx son utilizadas en las empresas actuales. Para estabilidad económica ninguna doctrina debe aplicarse al 100% ya que no se puede educar humanos en un mundo de máquinas como lo impone el extremismo ideológico.

La economía primitiva representó un antes en lo que sería la economía actual, el crecimiento de las culturas humanas han sido un catalizador

relativamente importante para que la economía del pasado se convierta en la economía actual. Al ser una ciencia netamente empírica la misma se desarrollado con todo tipo de eventos que han afectado a la historia humana, por lo tanto, la ciencia económica mostrara nuevos paradigmas a medida que la cultura humana siga cambiando y modificando sus hábitos de consumo.

Los fundamentos básicos de la economía primitiva no estaban atados a ningún sesgo ideológico por lo tanto era natural que la misma avanzara a pasos agigantados, siendo una de las razones por las que muchas naciones intentan replicar dichos fundamentos sin conocer los limites técnicos de los mismos resultando en una mala ejecución de dichas teorías.

En conclusión, si se estudia a profundidad el accionar de la economía primitiva junto con los limites técnicos de la misma por parte de las naciones interesadas estas se darán cuenta que el sesgo ideológico solo funciona como un limitante en la implementación de políticas de desarrollo. Una vez eliminada esta barrera entonces el crecimiento económico generado será

resultado de las incidencias positivas de implementar los fundamentos básicos de la economía primitiva en el lugar y tiempo pertinentes.

Para estabilidad económica ninguna doctrina debe aplicarse al 100% ya que no se puede calibrar humanos en un mundo de máquinas como lo impone el extremismo ideológico.

## REFERENCIAS

Campillo Valero, D., Guixe García, E. (30 de junio del 2005). Origen y evolución del lenguaje. Neurología. <https://neurologia.com/articulo/2005372>.

Blanco Moro, V. (3 de octubre del 2020). El reloj de la inversión ya marca que ha llegado la hora de invertir en ciclo. El economista.

<https://www.eleconomista.es/mercado-scotizaciones/noticias/10805663/10/20/El-reloj-de-la-inversion-ya-marca-que-ha-llegado-lahora-de-invertir-en-ciclo.html>.

Duffy, P. (22 de julio del 2022). La revolución agrícola británica no recibe respeto. Misesinstitute. <https://mises.org/es/wire/la-revolucion-agricola-britanica-no-recibe-respeto>.

Arie Mosteo, R., Perote Peña, J. (2015). Calibración y estimación de modelos económicos de competencia en precios, con un bien de consumo homogéneo. Zaguán repositorio institucional de documentos. <https://zaguan.unizar.es/record/32583?ln=es>.



Santaella, J. (12 de septiembre del 2021). ¿Por qué Adam Smith es considerado el padre de la economía moderna? Economía3. <https://economia3.com/adam-smith-economia-moderna/>.

Salomón, L. (viernes 6 de marzo de 2020). Las horas más oscuras. Prodavinci. <https://guri.prodavinci.com/>.

Imaginario, A. (s.f.). Los miserables de Víctor Hugo: resumen, personajes y

análisis. Cultura genial. <https://www.culturagenial.com/es/los-miserables-de-victorhugo/#~:text=El%20argumento%20de%20la%20novela,lo%20hace%20reformular%20su%20vida>.

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (octubre,2016). La matriz de la desigualdad social en América Latina. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40668-la-matriz-la-desigualdad-social-america-latina>.

## **ARTIFICIAL INTELLIGENCE: A NEW DIRECTION FOR DIGITAL MARKETING IN SMES**

Paola Rangel y Wladimar Ramos

### **Summary**

The SMEs (small and medium-sized companies) of the future will be guided by innovation and applied technologies as well as artificial intelligence to digital marketing strategies to create added value to their target market and generate competitive advantages. The methodology corresponds to a documentary review that allows firstly to define the concepts of artificial intelligence and digital marketing, secondly the implication of artificial intelligence in digital marketing. The advantages, benefits and strategies of digital marketing are detailed below with the aim of analyzing the contributions of this new technology for SMEs. It is concluded that the application of artificial intelligence positively impacts SMEs by improving digital marketing management, contributing to generating more optimal processes and strategies that allow maximizing benefits. Keywords: artificial intelligence, digital marketing, SMEs, technology, innovation.

## **INTELIGENCIA ARTIFICIAL: UN NUEVO RUMBO PARA EL MARKETING DIGITAL EN LAS PYMES**

### **Resumen**

Las pymes (pequeñas y medianas empresas) del futuro estarán guiadas en torno a la innovación y tecnologías aplicadas así como la inteligencia artificial a las estrategias de marketing digital para crear valor agregado a su mercado meta y generar ventajas competitivas. La metodología corresponde a una revisión documental que permite en primer lugar definir los conceptos de inteligencia artificial y marketing digital, en segundo lugar la implicación de la inteligencia artificial en el marketing digital. A continuación se detallan ventajas, beneficios y estrategias del marketing digital con el objetivo de analizar los aportes de esta nueva tecnología para las pymes. Se concluye que la aplicación de la inteligencia artificial impacta de forma positiva a las pymes mejorando la gestión de marketing digital contribuyendo a generar procesos y estrategias más óptimas que permitan maximizar los beneficios.

**Palabras claves:** inteligencia artificial, marketing digital, pymes, tecnología, innovación.

## INTRODUCCIÓN

A partir del siglo XXI, el **marketing digital** ha venido experimentando cambios que le han permitido evolucionar y convertirse en una disciplina mucho más efectiva y precisa en la tarea de comprender a los consumidores e impulsar a las pymes en posicionamiento y ventas. Las técnicas de marketing digital se han vuelto más sofisticadas, utilizando una variedad de herramientas y plataformas para llegar a los clientes potenciales, las estrategias de comunicación son elementales para las empresas para así adaptarse rápidamente a las necesidades de los consumidores y brindarles experiencias más relevantes y personalizadas. Muchas de las técnicas y metodologías que garantizaban resultados positivos a las empresas, están siendo reemplazadas por la introducción de nuevas tecnologías como la **inteligencia artificial**, ciencia que ha venido revolucionando muchas áreas de la vida cotidiana y profesional. La presencia constante en marketing digital puede ser beneficioso para las pequeñas y medianas empresas ya

que tendrán facilidad para competir con el resto y les será más sencillo llegar a nuevos clientes, esto se debe a que cada vez más personas utilizan la web para buscar productos y servicios, por lo que las pymes deben hacer uso de ello para que los consumidores puedan encontrarla, pero principalmente conocerla, lo que significa que tendrían presencia en el mercado.

Es conveniente para las pymes que los procesos de marketing digital sean mejorados con nuevas tecnologías, el propósito de este artículo es explicar la importancia de la aplicación de la inteligencia artificial en el marketing digital para las pequeñas y medianas empresas, mediante definiciones, ventajas, beneficios y estrategias por lo que todas aquellas que quieran iniciar un proceso de transformación digital puede adoptar la inteligencia artificial en sus procesos de marketing digital.

## **INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA)**

El mundo está cambiando y uno de los mayores impulsores de estas transformaciones es la tecnología, donde se encuentra inmersa la IA, la cual está presente en diversos ámbitos

como por ejemplo el empresarial, el cual se enfrenta a la tarea de adaptación de los modelos desarrollados en el ámbito de las tecnologías de automatización para su uso en el día a día. Las pymes deben buscar las vías para el desarrollo de la IA y aprovechar las múltiples oportunidades para mejorar sus operaciones, optimizar el uso de sus recursos y aumentar su competitividad en el mercado.

Desde la perspectiva de Estupiñán, Vázquez, Palacios & Ojeda (2021) no existe una definición universalmente aceptada de la IA, solo se considera una disciplina de la informática que tiene por objetivo elaborar máquinas y sistemas que puedan desempeñar tareas que requieren una inteligencia humana. Es decir se trata de máquinas diseñadas para **razonar, aprender, realizar acciones y resolver problemas, lo cual busca imitar la función cognitiva humana.** Su finalidad es crear sistemas que puedan aprender y evolucionar con el tiempo; que sean capaces de tomar decisiones y realizar tareas de manera autónoma y eficiente para que la tecnología pueda

abordar de forma más efectiva una amplia variedad de desafíos y oportunidades. Es fundamental que las pymes estén educadas acerca de IA para saber cómo integrarla efectivamente en sus estrategias empresariales como el marketing digital.

## MARKETING DIGITAL

Las estrategias y acciones llevadas a cabo mediante canales y medios de internet en las empresas puede ser una herramienta para obtener mayor presencia en el mercado y atraer a la audiencia que les interesa, y es, precisamente, en este sentido que el marketing digital puede perfilarse como el medio ideal para impulsar a las empresas y ayudarlas a crecer mediante actividades y áreas de especialización como redes sociales, blogs, medios digitales, campañas emailing, estrategias SEO y SEM, entre otras. Según Ivoskus (2009), el marketing digital permite una integración entre los diferentes medios, aprovechando las posibilidades que brindan los nuevos junto a los tradicionales, generando así mayor interacción y atrayendo a los usuarios a



la participación. El marketing digital les permite a las empresas tener mayor integración con sus clientes, conocer expectativas y preferencias y de esta forma ayudar a la toma de estrategias para la venta de sus productos o servicios. Por su parte Vértice (2010), define el marketing digital como un sistema interactivo dentro del conjunto de acciones de marketing de las empresas, que utilizan los sistemas de comunicación telemáticos para conseguir el objetivo principal que marca cualquiera actividad de marketing, es decir conseguir una respuesta medible ante un producto y una transacción comercial. El marketing digital es fundamental en el mundo actual porque permite a las empresas estar conectadas con sus

clientes y llamar la atención de potenciales nuevos clientes; sin embargo, siempre es necesario evaluar la situación de la empresa y los objetivos y metas que quiera alcanzar para que en base a eso se pueda desarrollar una estrategia adecuada que logre cubrir todas sus necesidades. Para Kotler & Armostrong (2010), las tendencias del marketing digital inciden cada vez más en lograr esa entrega esperada de satisfacción a los clientes, el cual tiene una doble meta, atraer a nuevos clientes, y conservar y fidelizar a los actuales. En un estudio realizado por la Agencia SM digital (2017), se determinaron las tendencias de marketing digital lo cual se detalla en el siguiente gráfico:



Figura 1. Tendencias de Marketing Digital en el año 2017

Fuente: Agencia Sm Digital año 2017

La IA es una de las tendencias del marketing digital a partir del año 2017 convirtiéndose en un aliado para *mejorar la interacción entre las empresas y las personas* y de esta forma conseguir los objetivos empresariales creando una experiencia de cliente cada vez más inteligente, segura y fluida, también es una herramienta clave en el ámbito del marketing digital, ya que permite desarrollar estrategias de marketing personalizadas y automatizadas.

### **LA IA EN EL MARKETING DIGITAL PARA PYMES**

El ámbito del marketing digital está en constante evolución y cambio, algunas de sus técnicas han quedado ya obsoletas y es fundamental encontrar nuevas herramientas efectivas. La IA se está convirtiendo en una herramienta clave para el desarrollo e innovación del marketing digital de los negocios, ha llegado para aportar y facilitar la toma de decisiones y el diseño y creación de estrategias digitales enfocadas en la eficiencia y efectividad de las acciones y contenidos implementados.

De acuerdo con Pannu (2015) las empresas tienen la necesidad de invertir en nuevas tecnologías para buscar en crecimiento en su rentabilidad y en su posicionamiento dentro del mercado, esto se ve reflejado a través del Boston Consulting Group (BCG), en el cual se detalla el crecimiento en ventas en especial de aquellos productos relacionados con la IA, lo que significa que genera un gran impacto en el área de marketing digital, ya que mejora la eficiencia de sus estrategias.

Según Matas (2018) los sistemas de IA poseen una capacidad infinita para el procesamiento de datos, lo que facilita la elaboración de estrategias de marketing, puesto que permite accionar de manera más acertada, rápida y económica. La IA se ha integrado cada vez más al área de marketing por medio de nuevas tecnologías y herramientas más complejas y sofisticadas, lo que aporta un valor añadido que se refleja directamente sobre dos ámbitos fundamentales para la toma de decisiones de las empresas: tiempo y dinero.

La IA como parte del marketing digital es una realidad y ofrece una variedad de ventajas, aplicaciones y opciones que pueden ser utilizadas por las pymes las cuales deben saber cómo utilizar esta tecnología para aprovechar su máximo potencial, escalar estrategias y alcanzar mejores resultados haciendo un marketing digital relevante, rentable e inteligente.

### **VENTAJAS DE LA IA EN EL MARKETING DIGITAL PARA PYMES**

Como las empresas buscan continuamente nuevas formas de optimizar sus estrategias y campañas de marketing, la IA ha surgido como un elemento de cambio y ofrece numerosas ventajas para mejorar la eficiencia y la efectividad en las estrategias de marketing digital, Rouhiainen (2018) detalla algunas ventajas que ofrece la aplicación de la IA en el marketing digital:

- La IA es capaz de organizar y analizar algoritmos que permiten de manera más detallada y personalizada presentarle al cliente, consumidor o usuario anuncios, promociones o campañas de publicidad en el momento exacto, llegando a ser de su interés.
- Con la aplicación de IA sin duda se mejora la calidad del servicio que se oferta, la atención será permanente lo que le dará confianza y seguridad al cliente, además de tener la facilidad de evaluar el mercado, la competencia y de monitorear los resultados de campañas con mayor precisión y objetividad.
- La IA puede ser utilizada en análisis de datos extraídos a través de los movimientos de las redes sociales, páginas web, etc., lo que permitirá que se optimice de mejor manera el SEO (optimización para motores de búsqueda) y tener mayor facilidad al momento de llegar al público objetivo.
- Cada vez es mayor el número de beneficiados que compran a través de internet, por lo cual la IA facilita a través de su programación la entrega de documentos generados al momento de comprar algún artículo o servicio.
- De forma global se puede mencionar que la IA brinda un sinnfín

de herramientas que a nivel empresarial facilita la comunicación entre las empresas y sus clientes, ya sean estos internos o externos. Permite desarrollar un valor agregado a la marca a través de la personalización que se logra con el análisis de datos que se consiguen en la web.

Usar la IA en el marketing digital es recomendable, ya que permite agilizar tareas y lograr mejores resultados. Para lograr aprovechar todas las ventajas que ofrece, es necesario conocer las aplicaciones que se han desarrollado y que apoyan las acciones del marketing digital que las empresas pueden usar para mejorar sus estrategias. Alunni (2022) plantea las siguientes:

- Ecommerce o Ecommerce CMS.
- Canales de Publicidad Digital.
- Plataformas de Publicidad Digital Cross-Channel.
- Social Media Marketing.
- Social Listening y Social Analytics.
- Copywriting.
- Chatbots.
- Email Marketing y Email Automation.

- CRM (Customer Relationship Management) y Marketing Automation.

La IA ha demostrado ser una herramienta valiosa para las pymes para administrar y clasificar los clientes o prospectos, construir y enriquecer la información de éstos, automatizar las estrategias y ejecutar campañas en distintos canales de marketing digital. A medida que la IA siga evolucionando, es probable que sus aplicaciones en marketing digital continúen expandiéndose y perfeccionándose, brindando a las empresas oportunidades sin precedentes para alcanzar sus objetivos y conectar con sus clientes de manera más efectiva.

### **BENEFICIOS DEL USO DE MARKETING DIGITAL CON IA PARA PYMES**

En la pandemia del Covid-19 las pymes por su particular carácter fueron afectadas de manera drástica teniendo que restablecer decisiones estratégicas y financieras muy específicas como la adaptación de la digitalización y el aprovechamiento de canales online. La innovación y la



tecnología asociadas a propuestas de valor para los clientes, promueve prácticas y procedimientos orientados a detectar las crecientes necesidades de los mismos, y a su vez contar con ventajas comparativas para diferenciarse de otras empresas y mantenerse en el tiempo. La pandemia del Covid-19 aceleró todos los procesos de digitalización, del marketing digital para las ventas, el consumo de tecnologías como el Big Data, la robótica y la IA según expresan García, Grilló y Morte (2021).

La IA enfocada en estrategias de marketing digital para Pymes cuenta con diversos beneficios como lo expresa Viacava, G. (2023):

1. **Agiliza los procesos:** permite la automatización de los procesos de forma más eficiente y eficaz, reduciendo el tiempo y los costos asociados.
2. **Conocimiento de los clientes:** permite llegar correctamente a la audiencia objetivo, la inteligencia artificial a través del 'Aprendizaje Automático' analiza las preferencias de los consumidores,

comportamientos de compra online, historial de navegación que permitan segmentar a las personas en función de las características deseadas.

3. **Aumento de los ingresos:** con la IA se puede detectar las tendencias de mercado y poder identificar en conjunto con el marketing digital oportunidades de ventas.
4. **Creación de contenido hiper-personalizado:** al analizar los datos recolectados de usuarios mediante la IA, es menos complejo predecir el comportamiento del consumidor, lo que permite mejorar la experiencia de usuario adaptada y personalizada a las necesidades y preferencias de cada cliente.
5. **Reducción de errores humanos:** predice situaciones en base a algoritmos, reduciendo fallos humanos y retrasos de procesos internos.

En América latina los beneficios percibidos en empresas consolidadas, medianas y pequeñas en función al valor agregado de la IA según el estudio de NTT DATA (2022) es el

incremento en la productividad como principal beneficio, satisfacción del cliente, mejorando experiencia del mismo a través de la IA y a su vez incremento de las ventas por el uso de la IA, de igual modo permite la

optimización de los procesos operativos que mejora la eficiencia y eficacia de los procesos, y el análisis de patrones y la realización de predicciones como se puede visualizar en el siguiente gráfico:



Figura 2. Ranking de la IA en función del valor que les ha aportado a sus negocios.

Fuente: La inteligencia Artificial en América Latina 2022. El despertar de una revolución en los negocios.

A modo general, se puede destacar que la IA brinda un sinnúmero de herramientas que a nivel empresarial facilita el feedback con los clientes lo que permite aportar un valor agregado, analizando de forma eficiente y eficaz la información obtenida en el análisis del comportamiento del consumidor digital lo que permite implementar estrategias de marketing digital

efectivas y aprovechar al máximo la inteligencia artificial.

### ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL CON IA PARA PYMES

Es importante que toda pequeña o mediana empresa cuente con un conjunto de estrategias orientadas a la mejora y crecimiento constante, tomando en cuenta el análisis de sus

debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que deben estar sustentadas en las 7Ps del marketing digital. Esta última, según el grupo Bit Consulting, se refiere a mix de marketing donde se definen: producto, precio, promoción, plaza, personas, procesos y physical environment (entorno físico), los últimos 3 incorporados en la última década, donde las personas se consideran parte de la propuesta de valor y por ende los procesos o actividades que se desarrollan para llevar a cabo el objetivo y en consecuencia darle una experiencia final y física de consumo del producto o servicio al usuario.

La IA se puede aplicar en el marketing para Pymes con varias herramientas que ayuden a potenciar las ventas, a crear una segmentación adecuada de mercado meta, logrando la optimización de los recursos. Según expresa la asociación Anetcom en su documento “Estrategias de marketing digital para Pymes” un conjunto de instrumentos para llevar a cabo de forma exitosa cada una de ellas. Se presentan 3 de la siguiente manera:

- Impulsar las ventas Online a través de E-commerce que ayude a transformar el manera el SEO (optimización para motores de búsqueda) y tener mayor facilidad al momento de llegar al público objetivo. Contar con una visualización de ofertas y promociones, sacar provecho el contexto de acuerdo a la tendencia de acontecimientos temporales, dar incentivos (regalos, descuentos, servicios gratis como el delivery) etc.
- Implementar chatbots o asistentes virtuales: este software mejoran la comunicación en el primer contacto con el cliente a través de la atención al mismo. Sephora, conjunto con la empresa Kik Interactive Inc. generó un chatbots con asistencia de IA que le permite a los usuarios una orientación y exploración dinámica asesoramiento y tips de maquillajes, lo que le permite al usuario una mejor experiencia a través de la personalización de acuerdo a sus preferencias (Chávez, 2021).
- Gestión avanzada de cliente (CMR): permiten aprovechar

estratégicamente la información del contacto con el cliente para así adaptar los productos y/o servicios a las necesidades y personalización de los mismos.

Existen muchas otras herramientas de IA que impulsan las estrategias de marketing digital para Pymes. Según expresa Sundar, P. (2023) Google I/O en la conferencia anual, el buscador de IA Bard AI, disponible en más de 180 países, se puede exportar las respuestas de las búsquedas a Gmail o Google Docs. Redacción automática de textos en Google Docs con una herramienta llamada Help me Write, funciona como un buscador, detallando que se quiere y como se quiere, se redacta de forma rápida y automática. Vertex AI 3 modelos a usar, para generar y analizar imágenes, Codey para crear aplicaciones más rápido con ayuda de generación de código y Chirp es un modelo de transcripción de voz a textos en más de 100 idiomas. El futuro del marketing con la IA de la mano aumentan las posibilidades de mejorar crecientemente la experiencia entre las empresas y el consumidor.

Los resultados de la encuesta Global de McKinsey & Company (2022) sobre

la IA indica que durante los años 2019, 2020 y 2021 se definió a las empresas con alto desempeño en IA como aquellas organizaciones que, según los encuestados, están obteniendo el mayor impacto en los resultados finales de la adopción de la IA; es decir, un 20 por ciento o más de EBIT (Beneficio antes de intereses e impuestos) del uso de la IA, la proporción de encuestados que pertenecen a este grupo se ha mantenido estable en torno al 8 por ciento. Los resultados indican que este grupo está logrando mejores resultados principalmente porque la IA impulsa las ganancias de primera línea, ya que es más probable que reporten que la IA está impulsando los ingresos en lugar de reducir los costos, aunque también reportan que la IA está reduciendo los costos

La adopción de la inteligencia artificial en las empresas continua avanzando, el informe publicado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital en España (2023), señala que el uso de inteligencia artificial en las empresas del país con más de 10 empleados creció en 2022 hasta el 12%, 3,5 puntos porcentuales más que el año anterior, mientras que entre las



microempresas (menos de 10 personas), el 5% ya usa esta tecnología, más de un punto porcentual sobre el valor de 2021, las que más destacan, por capacidad de recursos e inversión, son las grandes empresas (más de 249 personas), con un aumento de ocho puntos porcentuales en el año 2022 es decir que las compañías españolas están haciendo grandes inversiones económicas en proyectos de transformación digital. No cabe duda de que se ha cambiado la manera de trabajar lo cual es una oportunidad para acelerar la digitalización, convirtiéndose España en un referente a nivel europeo y global en lo que se refiere a transformar modelos de negocio y formas de trabajar a través del uso de la IA. Otros países europeos que abarcan un alto porcentaje en la implantación de inteligencia artificial en el sector empresarial son Dinamarca (24%), Portugal (17%) o Finlandia (16%).

La IA está experimentando un crecimiento a nivel mundial, el informe de Cuota de Mercado de la IA en el Mundo (2023) publicado por HelloSafe,

una plataforma de comparación de productos en línea, muestra que la adopción global de esta tecnología en el ámbito empresarial aumentó un 250% desde 2017 hasta 2022, y América Latina no es una excepción porque el informe revela que Colombia lidera el ranking con un 50% en la adopción de IA, Perú cuenta con la segunda mayor cuota de mercado con un 49%, Argentina (41%), Brasil (41%) y México (40%), por lo que completan el top 5 de los países con mayor adopción de IA en la región, se indica también que la industria de la IA contribuirá con aproximadamente 16.52 billones de dólares a la economía mundial para el año 2030 y que su adopción duplicará las tasas de crecimiento económico para el año 2035.

La consultora internacional McKinsey & Company aseguran que las organizaciones que invierten en IA tienen mayores posibilidades de obtener un crecimiento en las ganancias, lo que quiere decir que está transformando la forma en que las empresas operan, brindando nuevas oportunidades para aumentar la

eficiencia, mejorar la toma de decisiones y ofrecer experiencias personalizadas a los clientes. A medida que esta tecnología continúa avanzando, se tendrá impacto significativo en el crecimiento económico.

## REFLEXIONES

En el entorno cambiante de la globalización, digitalización, la velocidad de la información, de la vida de las organizaciones la importancia de que las pymes incorporen herramientas tecnológicas para mejorar la gestión de marketing y crear valor a sus clientes, ya que la tecnología ha generado cambios en las actitudes de los consumidores. Hoy en día, toman sus decisiones basadas en información que se encuentran en motores de búsqueda.

El uso de IA puede mejorar la eficiencia, velocidad y rentabilidad en la atención al cliente. El aprendizaje automático y Big Data en el marketing digital son tecnologías de transformación al permitir la identificación de patrones de compra permitiendo la segmentación de los

clientes, que implica conocer preferencias, necesidades y motivaciones, así como su proceso de toma de sesiones, para desarrollar estrategias efectivas de personalización alineadas con el análisis de datos ya que promueve una mejor experiencia de usuario a los clientes en cuestión. El futuro de la IA y el marketing digital están cambiando la forma en la que se busca información, como se interpreta esa información, el tiempo que toma hacer las cosas, y de esta manera generar procesos y estrategias más óptimas que permitan las empresas maximizar sus beneficios.

## REFERENCIAS

Martínez & Medina (2020). *Tecnologías en la inteligencia artificial para el Marketing: una revisión de la literatura*. Revista Pro Sciences, Vol. 4, N° 30, 36-47.

Cámara Argentina de Comercio Electrónico (2022). *Inteligencia artificial aplicada al marketing digital: El futuro ya llegó*. <https://cace.org.ar/educacion/inteligencia-artificial-aplicado-al-marketing-digital-el-futuro-ya-llego/>

Castillo, Galvi & Mirque (2021). *Inteligencia artificial en estrategias de marketing digital para Pymes*. Trabajo

de grado. Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca. Bogotá.

Chávez, J. (2021). *La influencia de la inteligencia artificial en el futuro del marketing*. *Big Bang Faustiniiano*, 10(3), pp. 8-13. 13. <https://doi.org/10.51431/bbf.v10i3.690>

Cuervo, S. (2021). *Efectos de la inteligencia artificial en las estrategias de marketing: Revisión de literatura*. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC*, Vol 24, N° 24, 26-41.

Falco, I. (2020). *La inteligencia artificial como principal impulsor del cambio en el E-commerce*. Trabajo de grado. Universidad siglo 21. Córdoba.

Foces, M. Crespo, J. Pardavila, M. (2022): *La inteligencia artificial en América Latina. El despertar de una revolución en los negocios*. Mit Technology Review.

Zúñiga, Mora & Molina (2023). *La importancia de la inteligencia artificial en las comunicaciones en los procesos marketing*. *Revista Vivat Academia*, Vol°156, 19-39.

García, Grilló & Morte (2021). *La Adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática*. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), pp. 55-70. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>

Guevara, A. (2020). *Marketing digital como herramienta para el crecimiento*

*de las empresas*. Trabajo de grado. Universidad católica San Pablo. Perú.

HelloSafe (2023). *Cuota de Mercado de la inteligencia artificial en el Mundo*. <https://hellosafe.es/blog/inteligencia-artificial>

Estupiñán, Leyva, Peñafiel & El AAsafiri (2021). *Inteligencia artificial y propiedad intelectual*. *Revista Universidad y Sociedad*, Vol.13 (S3), 362-368.

Chávez, J. (2021). *La influencia de la inteligencia artificial en el futuro del marketing*. *Revista Big Bang Faustiniiano*, Vol. 10, N° 3, 8-13.

Bricio, Calle & Zambrano (2018). *El marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano: estudio de caso egresados de la Universidad de Guayaquil*. *Universidad y Sociedad*, Vol. 10, N°4, 103-109.

Rouhiainen, L. (2018). *Inteligencia artificial, 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro futuro*. Alienta Editorial, 662-664.

McKinsey & Company (2022). *El estado de la IA en 2022 y el balance de media década*. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/el-estado-de-la-ia-en-2022-y-el-balance-de-media-decada/es>

Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2023). *Uso de inteligencia artificial y big data en las empresas españolas*.

<https://www.ontsi.es/es/publicaciones/uso-de-inteligencia-artificial-y-big-data-en-las-empresas-espanolas>

Pacheco, M. (2019). *Aplicaciones de la inteligencia artificial en la industria publicitaria*. Trabajo de grado. Universidad de Valladolid. España.

Paredes & Quinde (2020). *Aplicaciones de la inteligencia artificial en marketing digital: Estudio de vialidad de la zona 3*. Trabajo de grado. Universidad técnica de Ambato. Ecuador.

Chiriboga, Méndez & Boderó (2017). *Aplicación de la inteligencia artificial en la inversión de campañas publicitarias*. Revista Uniandes Episteme, Vol. 4, N° 3. Ecuador.

Sundar, P. (2023). Google I/O 2023: *Haciendo que la IA sea más útil para todos*. <https://blog.google/intl/es-419/noticias-de-la-empresa/google-io-2023-haciendo-que-la-ia-sea-mas-util-para-todos/>

Viacava, G. (2023). *Beneficios de la inteligencia artificial para las empresas y el marketing*. BlogemBlue. <https://blog.embluemail.com/beneficios-de-la-inteligencia-artificial-para-las-empresas-y-el-marketing/>



## **BRANDING: A NEW ALTERNATIVE FOR THE GROWTH OF VENEZUELAN COMPANIES**

Erwin González, Lorenza Ojeda y Yenifer Centeno

### **SUMMARY**

The objective of this article is to describe branding as a tool for business growth in our country. This is because the good positioning of a brand in the market is more attractive to consumers and also represents a key factor that directly affects the increase in sales and gradual development, since it is more feasible to generate success and profits from the real boost of certain products or services in relation to the competition, which translates into greater profitability and thus the increase in its economic and financial potential. In this sense. Next, a second part is analyzed referring to the regulatory or legal framework that governs branding in Venezuela. As a third part, the relationship that business growth in Venezuela has with branding is established. After carrying out this research, it is possible to conclude that branding plays a fundamental role for business growth, through the appropriate promotion of products and services offered by a commercial brand, providing feasibility, growth and development in an organization. Keywords: branding, brand, positioning, business growth

## **BRANDING: UNA NUEVA ALTERNATIVA PARA EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS VENEZOLANAS**

### **RESUMEN**

El objetivo del presente artículo, es describir el branding como herramienta para el crecimiento empresarial en nuestro país. Esto debido a que el buen posicionamiento de una marca en el mercado resulta más atractiva para los consumidores y representa también un factor clave que incide directamente en el incremento de las ventas y desarrollo paulatino, En tal sentido, se aplica como metodología de nivel descriptivo y el diseño documental con la realización del análisis de contenido correspondiente, se desarrolla estructuralmente dicho análisis fundamentándose en los principales aspectos contentivos del mismo. En primer lugar se define el branding o posicionamiento de la marca, complementando con sus principales características, objetivos y otros elementos relacionados. Seguidamente, se analiza una segunda parte referida al marco normativo o legal que rige al branding en Venezuela. Como tercera parte, se establece la relación que tiene el crecimiento empresarial en Venezuela con el branding. Tras la realización de esta investigación, es posible concluir que el branding juega un papel fundamental para el crecimiento empresarial, mediante el impulso apropiado de productos y servicios que ofrece una marca comercial, aportando factibilidad, crecimiento y desarrollo en una organización.

Palabras clave: branding, marca, posicionamiento, crecimiento empresarial

## **INTRODUCCIÓN**

En el contexto internacional, las organizaciones tienen como reto destacarse en los distintos mercados, siendo lo suficientemente competitivas ofreciendo productos y servicios de calidad. Todo en pro de obtener los mejores resultados posibles a nivel económico y financiero, para lo cual deben emplearse las estrategias más efectivas y viables que su vez las conlleve al constante crecimiento y desarrollo. Tal argumentación permite resaltar al branding como nueva alternativa para las empresas en el ámbito del marketing, constituyendo un factor que puede marcar la diferencia en contextos cada vez más adversos o azotados por la crisis económica, donde es clave la identificación de los consumidores con una determinada marca comercial.

Por consiguiente, es pertinente realizar un análisis sobre el branding o posicionamiento de una marca en el mercado y cómo este incide en el crecimiento empresarial, ya que el hecho de asegurar la venta de un producto o servicio en un contexto como el venezolano, que pese a la crisis económica de los últimos años, y

acentuado aún más por el factor pandemia del covid19, ha implicado todo un reto y las empresas existentes se plantean recuperarse económicamente con prontitud. Es por ello que se enfatiza en dicho aspecto central analizando sus distintos elementos, teniendo como base los estudios realizados en la materia por reconocidas fuentes de información.

## **ORIGEN DEL BRANDING**

Inicialmente, la relación entre las marcas y el hombre tiene su origen en el albor de los tiempos, puesto que, estudiosos del branding, establecieron que el desarrollo de las marcas dentro de un proceso evolutivo ha existido durante siglos como método de distinción entre los productos de un vendedor y los del resto. De hecho, uno de los orígenes más extendidos de la palabra inglesa Brand “marca” es la que deriva del antiguo término nórdico que significa “quemar” debido a que éste era el método por el cual los propietarios de ganado marcaban a sus reses con símbolos para identificarlas de manera que no fuera fácil de falsificar. Dicho término pudo introducirse en Reino Unido con las primeras incursiones vikingas que sufrieron las islas desde el

año 793 d.c., las cuales dieron lugar a múltiples asentamientos que facilitaron la incorporación del término al lenguaje cotidiano (Galgo, 2021).

El branding es un término de origen Anglosajón que cuya aplicación ha ido cambiando a lo largo de la historia global, seguidamente del crecimiento del mercantilismo y posterior a la Segunda Guerra Mundial nace la llamada revolución industrial donde se producía bienes a grandes escalas para satisfacer la alta demanda de consumidores y era necesario que los productos tuvieran su propia marca para que pudieran ser diferenciados unos de otros, es por ello que se realizaba de dicha manera (Santamaria, 2013). Así mismo, la revolución industrial marca un antes y un después en la historia de las marcas; ya que, cuando llega el siglo XX entre 1870-1920 más específicamente, las empresas comenzaron a implementar otro tipo de tecnologías para poder llegar a producir a gran escala y en serie. Es aquí donde el renombrado branding comienza a tener gran acogida y representación, puesto que, aparecen las grandes marcas que muchas de ellas aún siguen en el

mercado actual como lo son “Coca Cola, Kodak, American Express, Kelloggs, Colgate” por citar algunos ejemplos, dichas empresas tenían la necesidad de mostrar desde otra perspectiva sus productos ya sea de forma llamativa o promocionando sus marca (Velilla, 2010, p. 26). Sin embargo, se plantea que en los años 90 el branding se convirtió en una herramienta primordial del Marketing, puesto que, las marcas vendían a los consumidores y con la llegada de la nueva tecnología y con ella el internet todo se transformó. Asimismo, el branding tuvo que renovarse a la realidad actual, por ende, se debió de cambiar la forma de hacer marketing puesto que las sociedades ya tenían otras necesidades que satisfacer, dicho esto, el branding se tuvo que ajustar a conocer un poco más al consumidor, a brindarle la importancia necesaria de saber lo que le gustaba o lo que le disgustaba y de esta forma delimitar que el consumidor se encuentra en una constante evolución (Santamaria, 2013).

## **DEFINICIÓN DE BRANDING**

Con respecto branding, este se define como aquel proceso de creación,

desarrollo y construcción de una marca por medio de una serie de dichos elementos y acciones de comunicación y marketing estratégicamente pensadas, en definitiva consiste en definir cada uno de los elementos que conforman la marca, de alinearlos con el modelo de negocio y comunicarlos de determinada manera a públicos internos y externos; este busca resaltar el poder de una marca, aquellos valores de tipo intangible, tales como la singularidad y la credibilidad, que permite diferenciarse de las demás y causar un impacto único en el mercado (Stalman, 2017).

Se plantea que el branding es la acción estratégica y creativa de todos aquellos elementos diferenciadores de la identidad de una marca. Es un proceso constante filosófico, el cual se moldea los valores, los objetivos de una marca de manera que siempre sea relevante y no decaer en el tiempo. “Las marcas no son para ti si no para los consumidores”, esto quiere decir que las marcas viven en la mente del público o consumidor, es por ello que existe una gran batalla por parte de las empresas para lograr llegar primero a la mente del consumidor mediante la

proyección de una marca, debido a que todo el tiempo este está siendo rodeado por ellas y como tal existe un gran apogeo de percepciones con relación a ellas (Ilgo, 2019, p.46).

Es por eso, que el branding es un proceso de acción cuyo objetivo es colocarle un nombre (naming) a un producto o servicio, este se encargara de construir marcas imponentes, que sean conocidas y que sobresalgan en el mercado globalizado, que sean asociadas con aspectos positivos que tengan valores y sean deseadas por una gran mayoría de usuarios (Hoyos, 2016, p.1).

De modo que, se puede decir que el branding es una herramienta estratégica interactiva dentro del marketing que ha tomado una fuerza bastante grande en los últimos años, puesto que se le ha dado la importancia necesaria que esta requiere, dado que, se utiliza para construir y gestionar de forma integral una marca para adecuarla al contexto donde esta se desarrolla, de forma que permita capturar la esencia, crear una personalidad, fortalecer una identidad gráfica y trabajar con ello para crear una marca más valiosa, poderosa,



diferente y que conecte con las emociones de los consumidores.

### **CARACTERÍSTICAS DEL BRANDING**

En cuanto a las características del branding, se denota la creación y exaltación de una marca estableciendo una conexión emocional con el cliente; asimismo, se debe manifestar que la finalidad no es otra más que vincular emocionalmente al consumidor con la marca creada, es decir, se trata básicamente de llegar a sus deseos más profundos. Sin embargo, cabe destacar que no se produce un objeto para un sujeto, sino un sujeto para un objeto determinado, esto quiere decir que se debe de producir y crear deseos, dado que, el branding crea una necesidad concreta.

Ahora bien, a través de la marca se deben comunicar valores y principios de una compañía, ya que, el branding permite cierta "humanización" de la marca con la que trabaja en su momento, por ello, se intenta manifestar el apoderarse de los corazones de aquellos consumidores. Por esto, por medio del branding se logra comunicar a los clientes una serie de valores y experiencias, mediante la transmisión de una forma de vivir,

puesto que, uno accede a un supuesto mundo de valores, es por ello que es importante resaltar este aspecto dentro de las características.

Ciertamente, el branding produce en los clientes emociones y deseos, y al mismo tiempo transmite valores precisos y se crea una identidad de marca concreta, con la marca el cliente se identifica, construye modelos de vida, y logra que nos identifiquemos y relacionemos con ella. Por ende, a través de una marca podemos comunicar seguridad, familiaridad, singularidad, diferencia, generando no sólo una memoria individual, sino también colectiva (Keller, 2008, p.2).

### **TIPOS DE BRANDING**

Dado a que existen diversos tipos de branding, conforme a todos ellos posteriormente se mencionaran algunos de estos: como lo es **El Branding personal**, acerca de este primeramente se debe acotar, que una marca es lo que la gente percibe de ti, y en la actualidad, las sociedades han evolucionado en muchos sentidos y en este caso como seres humanos se han permitido cada uno tener sus propias características algunas de ellas

similares y otras totalmente individuales, que marcan una diferenciación, lo cual ha permitido que los seres humanos quieran tener su propio sello característico denominado marca personal (Velilla, 2010).

Si bien es cierto, una marca personal tiene que tomarse su tiempo para ser desarrollada, debido a que, en ella se basa la percepción que tiene el uno del otro, por lo cual, se debe sacar lo mejor de sí mismo, porque el valor de cada ser humano está dado por sus habilidades profesionales. Sin embargo, la marca personal se encuentra entre los requisitos más importantes que una persona debe de tener, esta debe ser una herramienta con la que pueda transmitirse sus conocimientos, seguridad, profesionalismo, innovación y sus buenas relaciones sociales para que de esta manera pueda liderar como tal en la mente de las demás personas (Pérez, 2008).

**Branding Sustentable:** Se infiere que el branding sustentable se enfoca en una marca para que conozca el daño o beneficio que esta está generando indirectamente en su contexto social, para ello, debe de aportarse a buscar un estático punto de equilibrio

amigable, en tres aspectos fundamentales, el medio ambiente, la sociedad y la economía, con una profunda raíz hacia la conciencia colectiva donde cada día establece normas de comportamiento aplicando valores éticos, morales y económicos a largo plazo. Dado que, el branding actual debe conocer el progreso y las transformaciones de los mercados, consumo, tendencias, comportamiento social y ambiental, para generar estrategias afines para conseguir un desarrollo sostenible y el posicionamiento en ese sentido (Hernández, 2012).

**Branding Estratégico:** Con respecto al branding estratégico, se debe de mencionar que este tipo de branding se enfoca en dar el valor a los productos por medio de la marca que sea perdurable en la línea de tiempo y que ofrezca beneficios colaterales de la funcionalidad del producto. Mientras que, se expresa que el branding estratégico es la construcción, elaboración y ejecución de los activos de una organización (Razak, 2019)

Este se basa también crear aquel valor a dicha marca desde la perspectiva del consumidor donde se le brinde un buen

servicio en base a sus beneficios a lo cual también se le incluye el comportamiento personal el cuál es el que genera que la reputación de la organización, hacia los públicos externos como los proveedores que manejan tratos justos, confíen en la marca (Soza, 2019).

Además, de branding estratégico este también se le denomina corporativo, puesto que, se realiza la creación de una imagen corporativa que se desarrolla en base a la generación de valor hacia dicha empresa, comenzando por delimitar la razón de existencia de la compañía, la filosofía, los valores y la cultura organizacional, además de sus productos o servicios que vayan de la mano con los puntos antes mencionados; que se sustenta en lo estratégico mediante la proyección de tres ejes fundamentales que son la identidad, imagen y comunicación corporativa (Capiotti, 2010).

**Branding Emocional:** Ahora bien, este tipo de branding conecta al público con la marca mediante las emociones siguiendo una serie de tácticas para que se generen expectativas emocionales, ya que, el consumidor en la actualidad no busca solo cubrir sus

aprietos, sino también, es necesario que exista una experiencia de compra se sobreponga a sus expectativas (Soza, 2019). Por este motivo, es que este concuerda con que el branding emocional como técnica de comunicación ayuda a plantear elementos que conciben a llevar el proceso de reconocimiento de una marca para que esta genere un gran impacto y percepciones en los usuarios (Caceres, 2012).

De igual manera, en el branding emocional se debe de manejar los insight (visión interna) del usuario, un término el cual proviene de la lengua inglesa relacionado con la psicología. Dado que, es funcional en los siguientes aspectos penetración, percepción, o motivación, lo cual permite conocer de forma general el pensamiento, la intuición, los deseos y la conducta de los consumidores; los insights es algo que busca una diferencia mucho más allá de mostrar solo los beneficios funcionales o emocionales visibles de un servicio, sino que también, estos deben de encontrar esa relación íntima que conecte al usuario con el producto (Valiente, 2016).

## OBJETIVOS DEL BRANDING

Primeramente, debemos entender que los objetivos son variables y se ajustan en función a las necesidades de la marca, por lo que antes de establecer cualquier objetivo se debe realizar un análisis de la situación actual y en función a ello se pueden establecer algunos de estos objetivos principales. Ahora bien como primer objetivo se denota el posicionar la marca como la primera marca en la cual has pensado es la marca que ha logrado ubicarse en la posición más alta en tu mente, por lo que, automáticamente y de manera inconsciente es la primera que piensas cuando se trata de dicho producto, y puede que también sea la primera opción de compra que tengas.

Por lo que se refiere a generar conexiones y experiencias, este punto es algo que se deberá trabajar mucho y es muy importante, ya que, muchas marcas no han entendido aún que no se trata de ofrecer un producto, ponerle precio y esperar que lo compren sin más, hoy en día el mercado busca experiencias, emociones, conexiones que los unan con una marca en concreto, buscan sentirse identificados.

Como muestra, Coca-Cola ha sido muy consistente siempre en lo mismo, “felicidad” y lo deja muy claro en todas sus comunicaciones, tanto en medios digitales como a través de activaciones, su consistencia en esto es muy evidente y se preocupa mucho por generar emociones con su público; evita que los consumidores tengan que esforzarse por conectar con la marca, despierta emociones en ellos y los hace sentirse identificados con la marca y lo que transmite.

Naturalmente esto es lo que se busca básicamente, ya que, al despertar emociones en el público se puede explicar también por qué las personas pueden llegar a pagar miles de dólares por un producto, no porque sean necesariamente los mejores, sino porque los hacen sentir parte de un grupo y que tienen mucho más en común que ser simplemente consumidores de un producto.

El lograr esto es lo mejor para cualquier marca, ya que al final las marcas valen lo que valen por el número de clientes leales que tienen, como por ejemplo (roxy) una marca global que tiene como objetivo mejor estilo de vida de su público ofreciendo una gran variedad de



productos para todos los aspectos de vida del consumidor, logrando así que su público se sientan identificados con ellos, la marca se preocupa por ofrecerles siempre lo mejor para que no tengan que buscarlos en otro lugar.

Es por lo cual las chicas que hacen compras en esta marca, pueden encontrar casi de todo para usar en su día a día y lo más probable es que no piensen en otra alternativa más que en esta marca, es así como se convierten en clientes fieles y felices. El lograr fidelizar al público requiere de tiempo, dedicación y de suma paciencia, entender que lo importante no es sólo vender productos, es tener felices a tus consumidores ofreciéndoles lo mejor, despertando emociones, interactuando frecuentemente, entendiendo sus necesidades y escuchando lo que tienen por decir, tomándolos en cuenta y así conectar y crear una relación de amor entre la marca y su público.

Finalmente, el objetivo de humanizar la marca, el realizar esto significa que se ha pasado de ser un vendedor de productos a un transmisor de emociones y experiencias positivas, y esto no quiere decir que sea dirigido solo a los consumidores, sino que debe ser un

estado general, una marca humana a través del trato a sus colaboradores/empleados, clientes y la sociedad en general.

Sin embargo, (OUTERKNOWN) es una marca que vende ropa, zapatos, tablas de surf y muchos otros productos y todos son eco-amigables haciendo que el 100% de los productos fabricados procedan de materias orgánicas, recicladas o regeneradas, además los productos desechados por los consumidores se vuelven a reciclar para volver a generar un nuevo producto, luchan contra la contaminación ambiental y de los océanos, además de apoyar el trabajo justo certificados por la "Fair Labor Association, FLA" quien certifica a aquellas marcas con los más altos estándares laborales internacionales; dicho esto, entre muchos otros aspectos esta marca es un claro ejemplo de la responsabilidad social corporativa y la humanización de una marca (Daphne,2020)

## **CONTEXTO NORMATIVO DEL BRANDING**

En efecto, de dar un análisis sólido en relación a los beneficios que presenta el branding en este sentido desde la perspectiva Constitucional y Legal es

necesario analizar la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, que es la ley fundamental en nuestro país; con rango superior al resto de las leyes establece en su articulado que toda publicidad o estrategia de mercado que establezca una empresa debe considerar principios y preceptos a fin de ofrecer productos y servicios de calidad y que no quebranten el bienestar físico, psicológico y moral de todas las personas que habitan en el país. De igual manera la Ley de Propiedad Industrial Venezolana ordena bajo la denominación de una marca comercial se comprende todo signo, figura, dibujo, palabra o combinación de palabras, leyenda y cualquiera otra señal que revista novedad usados por una persona natural o jurídica para distinguir los artículos que procede, aquellos con los cuales comercia o su propia empresa.

Al igual que ocurre en el resto de los países de Latinoamérica, en Venezuela existe una regulación específica sobre las actividades de promoción o mercadeo a través de redes sociales. En efecto en nuestro país existe regulación aplicable a los medios tradicionales de publicidad comercial

las cuales se encuentran previstas en el entramado regulatorio contenido en la Constitución, en la Ley Sobre Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas, Ley Orgánica de Telecomunicaciones entre otras.

Asimismo el Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI), organismo adscrito al Ministerio del Poder Popular de Comercio Nacional, ejerce la competencia que sobre la Propiedad Intelectual le corresponde al estado venezolano en materia de derecho de autor, marcas patentes e indicaciones geográficas protegidas.

Finalmente, son los derechos que tienen las personas en cuanto a disponer de bienes y servicios de buena calidad sin hacerle ofertas engañosas que puedan dar resultados a una mala ética aplicada en la promoción de los productos a ofrecer. Además de esto la marca tiene como fin social facilitar a las personas el acceso a los bienes y servicio de su preferencia.

### **CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN VENEZUELA Y SU RELACIÓN CON EL BRANDING**

El crecimiento empresarial es un fenómeno complejo y elusivo Geroski y Machin (1992) señalan que el

crecimiento es un proceso idiosincrático de cada empresa, depende de su historia, recursos e innovaciones. Por otra parte, las tasas de crecimiento de las empresas son altamente impredecibles, de manera que las pautas que se observan son de difícil generalización, desde el punto de vista de la dirección de empresas, el crecimiento es importante, no sólo por la posible repercusión en el valor de la empresa, sino por un conjunto de razones más sutiles que pueden garantizar la supervivencia de una organización a medio plazo.

Por otro lado las manifestaciones del crecimiento empresarial incluyen todos aquellos cambios estructurales y de tamaño que hacen que una empresa sea percibida como diferente a su estado anterior, y por ende conducen a cambios en su estructura económica y organizacional. (Dután, 2022). Es necesario, analizar los diferentes factores internos y externos del crecimiento empresarial que ayudan a explicar la adopción por parte de la gerencia del crecimiento como estrategia para lograr una mayor competitividad y un mejor

posicionamiento en los mercados en los que opera.

De acuerdo OVF (2022), Las empresas en Venezuela tras una prolongada recesión económica han mostrado gran capacidad de innovar y de adaptabilidad para manejar cambios e incertidumbre, especialmente después de los dos quinquenios más devastadores de la historia económica del país y la destrucción del aparato productivo; las empresas del sector público como del sector privado, se han enfrentados con diferentes situaciones propias debido a la situación económica como incremento de la presión tributaria, limitaciones del financiamiento bancario, mercados reducidos, saturados y altamente competitivo; además, de la desinversión en infraestructura y el deterioro de los servicios públicos, los altos niveles de inflación, sin embargo muchas de ellas han tenido que reinventarse y ejecutar acciones para adaptarse a escenarios demandantes, que le permitan generar mayor producción y poder gestionar su presencia en el mercado.

Es allí, donde el branding juega un papel fundamental para el crecimiento empresarial ya que es una nueva alternativa en el ámbito del marketing, hoy en día muchas empresas han implementado para así poder aumentar sus ventas, a través publicidad con el objetivo de potenciar su preferencia y fidelidad, utilizando diferentes medios como redes sociales, televisión, radio; además de aumentar el perfil que tienen los consumidores de una determinada compañía y que puedan ser fieles a un producto o servicio, esto permitirá un crecimiento no solo a nivel económico sino también de posicionamiento en cuanto a otras empresas.

En este sentido, a través de las investigaciones realizadas Revista Business Venezuela la manera como se relaciona positivamente el branding con el crecimiento empresarial en Venezuela se refleja en muchas empresas del país entre las cuales están Empresas Polar, Farmatodo, El Castillito Tu Centro Textil, Bera Motorcycles, Traki, Multimax Store, a través de las habilidades y virtudes de estos dos elementos, branding y crecimiento empresarial han podido

innovar, desarrollar y posicionar sus marcas en el mercado nacional para lograr crecimiento empresarial, gracias al trabajo constante hacia una misma dirección y lograr sostenibilidad a largo plazo a pesar de las condiciones económicas del país. La aplicación del branding en las empresas Venezolanas ha permitido la adquisición de nuevos clientes, financiamientos importantes, nuevas sucursales a su vez impulso en rendimiento y ganancias óptimas por este motivo, una empresa no se entiende sin marca y su éxito transite el camino hacia el futuro con mejores oportunidades.

## **REFLEXIONES**

El branding es un proceso integrado que incluye la aplicación sistemática y consistente del diseño del producto o servicio, el relato de la historia, los medios de comunicación y la tecnología; para conocer los comportamientos de compra y uso de los clientes durante todo el ciclo de vida de la satisfacción.

Constituye la diferenciación como parte intangible dentro de una empresa: adjetivos como valor, credibilidad y singularidad son parte de



los lineamientos a seguir. La marca va más allá de los logotipos, ya que tienen que ver con la causa que motiva a la empresa, debido a que las historias y experiencias de los consumidores serán más importantes en un futuro.

Es así como, el branding se ha convertido en una sistema fundamental, para la construcción y desarrollo de marca, debido a que esta no solo se define en un logo, en un diseño o nombre sino que va mucho más allá. El cual sería todos los recursos, los principios y filosofía de una empresa para poder diferencial su marca tomando en cuenta los atributos del producto y servicios que ofrecen. Las empresas o marcas, tienen a su vez, elementos que la caracterizan, como lo es el valor y su comportamiento, lo cual la hace llamativa, para los consumidores que se sientan atraídos o identificados.

Debemos también tener en cuenta además que construir una marca es mucho más que elegir un nombre y diseñar un logotipo; es crear un ecosistema complejo donde todo esté interconectado. Es decir, el branding más que una estrategia es un plan diseñado por una empresa para

diferenciarse en el mercado. Es una combinación de elementos concretos y abstractos que le da a las marcas una personalidad propia.

## REFERENCIAS

Capriotti, P (2010) Branding Corporativo. Gestión Estratégica de la Identidad Corporativa.

Caceres, Gutierrez Amparo (2012) Branding Emocional

Constitución Bolivariana de Venezuela Gaceta Oficial N° 36860 de 30 Diciembre de 1999

Dután, Loja (2022). Estrategias de Crecimiento Empresarial para la Empresa Roads

Networks de la ciudad de Cuenca. FIPCAEC, 36-55.

Galgo, Rubén (2021). Origen del Branding. Madrid, España.

Geroski, P., Machin, S. y Walters, C.F (1996), "Corporate growth and profitability", Discussion Paper, CEPR.

Hernandez, White Raquel (2012). Branding Sustentable.

Hoyos Ballesteros, R (2016). Branding: El Arte de Marcar Corazones. Bogotá: Ecoe Ediciones. Ilgo (2019). Como crear una Marca.

Keller, Kevin Lane (2008) Administración Estratégica de Marca Branding

Ley de Propiedad Industrial Gaceta Oficial N° 24873 del 14 de octubre de 1955.

Ley Sobre Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas Gaceta Oficial 37076 de 13 Diciembre 2000.

Observatorio Venezolano de Finanzas (2022) Indicador de Actividad Económica. Perez, Ortega Andrés (2008). Marca Personal: Cómo convertirse en la opción preferente. ESIC Editorial.

Razak, Alejandro (2019) Que es y para qué sirve el Branding Santamaria, Luiggi (2013, dec). Branding: Definición e Historia. Stalman, Andy (2017) El Branding del Futuro.

Soza, Angie (2019). Tipos de Branding – Agencia de Publicidad y Marketing

Valiente, Alber S (2016) Marcas Sonrientes Humor y Engagement en Publicidad, Barcelona editorial UOC.

Velilla, J (2010). Branding: Tendencias y Retos en la Comunicación de Marca. Barcelona: Editorial UOC

## **INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORTING ON BUSINESS DECISION MAKING**

María Pereira y Christopher Pérez

### **SUMMARY**

The main objective of this article is to analyze the importance of the Environmental, Social and Governance (ESG) report in companies when making decisions. For the study of this research, the methodology of analytical judgment will be used based on the investigation of bibliographic data that allows providing relevant information about the effect that the ESG report has at the business level. This article consists of three parts: first, the business management of developing organizations that seek to adapt to the new business criteria and their factors is described, as well as the development of decision-making in line with these new criteria. Secondly, we discern the application of a tool that generates the ESG report for the purposes of business sustainability and, thirdly, estimate the scope that this report has on business decision-making based on timely and effective information, which constitutes the importance of this tool to adapt companies to new environments.

Keywords: environmental, sustainable approach, business management, governance, ESG report, social, decision making.

## **INFLUENCIA DEL INFORME AMBIENTAL, SOCIAL Y GOBERNANZA EN LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES**

### **RESUMEN**

El objetivo principal de este artículo es analizar la importancia que tiene el informe Ambiental, Social y de Gobernanza (ESG) en las empresas al momento de tomar decisiones. Para el estudio de esta investigación, se empleará la metodología de juicio analítico en base a la indagación de datos bibliográficos que permitan aportar información relevante sobre el efecto que tiene el informe ESG a nivel empresarial. Este artículo consta de tres partes: en primer lugar, se describe la gerencia empresarial propia de organismos en desarrollo que buscan adaptarse a los nuevos criterios empresariales y sus factores, así como, el desarrollo de toma de decisiones cónsonas con estos nuevos criterios. En segundo lugar, se discierne sobre la aplicación de una herramienta que genera el informe ESG para los fines de sostenibilidad empresarial y, en tercer lugar, estimar el alcance que tiene este informe sobre la toma de decisiones empresariales basadas en información oportuna y eficaz, lo cual constituye la importancia de esta herramienta para adaptar las empresas a los nuevos entornos.

**Palabras clave:** ambiental, enfoque sostenible, gerencia empresarial, gobernanza, informe ESG, social, toma de decisiones.

## INTRODUCCIÓN

El mundo empresarial ha atravesado ciertos cambios, que no se han producido en un momento específico, sino como un proceso constante, desarrollado a lo largo del tiempo y acelerado en los últimos años debido a la globalización y los avances tecnológicos. Estos han permitido que las empresas evolucionen y se interesen por temas relacionados con el medio ambiente, el entorno social y la conducta corporativa, uno de los términos que define este interés por parte de las empresas es la responsabilidad social empresarial (RSE), Bom-Camargo (2021) parafraseado a Romero (2010) afirma que “en un principio esta viene a contrarrestar los efectos negativos ocasionados por el proceso productivo a la sociedad” (p.3).

El término de RSE se ha ido ampliando con los años y en la actualidad es más un “modelo de gestión de las empresas y de comunicación con su entorno (empleados, consumidores, sociedad, etc.,) en relación a resultados económicos, sociales y medio ambientales” (Ayala Del Pino, 2021, pág. 181). Es decir, la RSE tiene que

ver con la manera en que las empresas planifican e integran todos sus recursos no solo en pro de su propio beneficio sino de igual forma para los grupos de interés externos.

Este modelo requiere herramientas pertinentes para evaluar la gestión sostenible que tienen las empresas, por lo que se creó el informe ESG, Baquero y Rivera (2023) lo definen como “una forma de medir el desempeño de una empresa a través de tres áreas: ambiental (Environmental), social (Social) y gobernanza (Governance), que brindan información sobre su sustentabilidad general y sus prácticas éticas” (p,6). Para que las empresas puedan involucrar practicas ESG en sus actividades y estrategias, se requiere que la alta gerencia haga una revisión de los objetivos y las actividades que realizan, ya que estos deben estar orientados a los criterios ESG.

Así mismo, Cohen et al. (2023) sostiene que el implemento de los factores ESG en las empresas pueden ser una base para la toma de decisiones “no solo por sus beneficios sociales y ambientales, sino también por sus posibles beneficios financieros



a largo plazo” (p.26). Por lo tanto, la finalidad de este artículo es analizar la influencia que tiene el informe ambiental, social y el gobierno corporativo con las tomas de decisiones en las empresas.

### **LA GERENCIA EMPRESARIAL A TRAVÉS DEL ENFOQUE SOSTENIBLE**

El avance de las empresas en un mundo tan globalizado ha permitido que las organizaciones se adapten a nuevos enfoques gerenciales, bajo una perspectiva hacia un mejor desarrollo económico y social, por lo que la gerencia sostenible es un modelo de gestión capaz de plantear alternativas, bajo un enfoque estructural que entrelaza el desarrollo económico de la empresa con el concepto de responsabilidad social.

Por su parte Rueda et al. (2019) menciona a López et al. (2005); quienes exponen lo siguiente: “los modelos de gerencia sostenible son una forma segura de impulsar la competitividad empresarial cuando las empresas visualizan un horizonte de mediano y largo plazo” (p.8). Según lo expuesto anteriormente por los autores, los modelos de gerencia

sostenible son un modo fiable de fomentar la competitividad entre las empresas, permitiendo tener una mejor perspectiva a mediano y largo plazo.

En este sentido, Cabana y Pino (2020) citando a Sarmiento, (2010) define a la gerencia sostenible como:

Es aquella que incentiva a las organizaciones a trabajar con responsabilidad social empresarial (RSE) y valor compartido, y que busque el establecimiento de objetivos compatibles con el desarrollo social, a través de la preservación de recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales. (p.5)

La gerencia sostenible motiva a las empresas para que sus objetivos estén orientados hacia la responsabilidad social empresarial y tener un rendimiento económico que beneficie en forma general a la sociedad, es decir que sus objetivos estén dirigidos en colocar en primer lugar el crecimiento social y cultural de las personas, tomando en consideración factores importantes como la igualdad social, el

respeto a la diversidad tanto social como cultural.

De este modo, la gerencia sostenible busca mejorar y generar cambios en la responsabilidad social que tiene una compañía, exigiendo un mayor compromiso por parte de la empresa a contribuir con la sostenibilidad, de modo tal que las actividades que realice la empresa puedan impactar de forma positiva en el incremento de la competitividad, crear valor compartido y crecimiento de forma integral y que de esta manera se pueda alcanzar el logro de sus objetivos.

Por su parte, Rueda et al. (2019) señalan que:

La gerencia sostenible se convierte en un modelo de negocios que logra crear valor agregado para la compañía y sus stakeholders, en la medida que se convierte en un factor competitivo que logra un crecimiento sostenible y facilita mejores condiciones para alcanzar el éxito empresarial, en función de una mayor responsabilidad social frente al medioambiente y mejores resultados financieros, gracias a una mejor percepción de la imagen corporativa. (p.91)

Las organizaciones que involucran una gerencia sostenible a sus objetivos, se transforman en un modelo de negocios que les proporciona a las empresas tener mejor rendimiento económico, con el fin de brindar mejoras significativas en sus actividades financieras tanto para usuarios internos como los usuarios externos, ya que centra su mayor atención en el desarrollo sostenible, y su vez creando conciencia en la responsabilidad que tienen ante la sociedad y el medio ambiente y de esta manera alcanzar mejores resultados y el éxito empresarial.

### **TOMA DE DECISIONES DENTRO DE UNA ORGANIZACIÓN**

Una de las principales funciones de la gerencia de una empresa es la planificación a través de estrategias gerenciales, donde se busca crear herramientas necesarias para una correcta gestión, con el fin de fijar objetivos, donde las tomas de decisiones están ligadas a los mismos. Por su parte González et al. (2018) señala que “la Gerencia Estratégica, es una herramienta para administrar y ordenar los cambios, donde se definen los objetivos de la organización y se

establecen estrategias; así mismo, se reconoce la participación basada en el liderazgo y la toma de decisiones” (p.243).

Desde el punto de vista de Azkue (2023), las tomas de decisiones son: “El proceso de recopilar información y evaluar múltiples variables o posibilidades antes de elegir una opción.”. (párr.2) Entonces se puede definir, como el procedimiento mediante el cual indagamos y recolectamos información para obtener diferentes alternativas que nos permitan seleccionar la mejor opción para la empresa.

Según Rodríguez-Cruz & Pinto (2018), citando a Citroen (2011) “la importancia de la información en la toma de decisiones viene dada porque “una organización usa información estratégicamente para percibir los cambios de su ambiente, crear nuevo conocimiento para innovar y tomar decisiones” (p.53). Es decir, la información juega un papel fundamental para los encargados de tomar decisiones, estas les permite visualizar opciones para proceder adecuadamente ante un problema, y de

esta forma mejorar y descubrir nuevas perspectivas.

Existen ciertos factores que influyen en las tomas de decisiones, en este sentido Garcia et al. (2022) Citando a Solano (2003) indica que existen cinco factores que influyen en el momento de tomar una decisión:

1. Tamaño del compromiso. En este factor confluyen tres variables importantes dinero, personas y tiempo.
2. Flexibilidad de los planes. Relacionada con que la decisión implica seguir un curso de acción irreversible. Esto quiere decir, que, si la decisión tiene un carácter definitivo, la misma es particularmente importante.
3. Certeza de los objetivos y las políticas. Relacionada con la claridad de estas dos variables, el efecto en la toma de decisión dependerá de que tan acertadas y claras sean las políticas y los objetivos.
4. Cuantificación de las variables. Una decisión puede tomarse más fácilmente si los costos asociados con esa decisión pueden definirse en forma precisa.
5. Impacto humano. Cuando una decisión puede perjudicar a algunas personas, la

decisión es grande y debe tomarse cuidadosamente. (P 46)

De acuerdo con lo indicado anteriormente, se considera que los líderes encargados de tomar decisiones tienen un rol importante y que estos deben poseer ciertas habilidades como una visión general de los objetivos, control y manejo de toda la información que se maneja dentro de una empresa. Es por ello, que las decisiones deben tomarse en base a la información obtenida, destacando la importancia de que algunas decisiones pueden acarrear con gastos que pueden ser perjudiciales para la empresa. Por tal motivo quien tome decisiones dentro de una empresa tiene una gran responsabilidad y debe hacerlo con mucho cuidado.

Sin embargo, también es cierto que es de mucha utilidad tener información que sea oportuna y objetiva que les permita a los usuarios encargados de las tomas de decisiones tomarlas eficazmente. Por su parte (Vázquez Matiz, 2020) señala que:

“La toma de decisiones es un proceso complejo, no obstante, se hará más sencillo si se tiene a disposición una cantidad de información que sea objetiva, veraz

y pertinente, de lo contrario el proceso será más complejo y su resultado menos fiable” (p.30)

## **INFORME AMBIENTAL SOCIAL Y DE GOBERNANZA**

Los criterios ESG han estado presente desde hace mucho tiempo, surgiendo por primera vez a través del término inversión socialmente responsable (ISR), el cual representa ciertas estrategias relacionados con factores como el medio ambiente, el bienestar social y de buen gobierno corporativo, que tiene una estrecha unión en el proceso de inversión. En este sentido, Navarro & Yagüe (2020) sostienen que, “la mayoría de las inversiones se están centrando en la ESG y todas las empresas que se excluyen de estos criterios, están notando un notorio decaimiento de sus inversiones por lo que todas ellas están haciendo grandes esfuerzos para seguir en esta línea”. (p.48) Es de esta manera, que los beneficiarios e inversionistas comienzan a tomar en consideración a las empresas que siguen estos criterios, alejándose así de aquellas que aún no lo hacen.

Por su parte Skancke y Reynold (2021) definen a través de los Principios de



Inversión Responsable (PRI) “La inversión responsable como una estrategia y práctica para incorporar factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG), en las decisiones de inversión y el ejercicio activo de la propiedad” (P.4). Es decir, que la ISR se ha convertido en una práctica esencial para los inversores que buscan no solo tener ganancia financiera, si no contribuir al desarrollo sostenible y a la mejora de la sociedad en general. Al incorporar factores ambientales, sociales y de gobierno en sus decisiones de inversión y ejercer una propiedad activa, los inversores pueden tener un impacto positivo en el mundo, mejorar la reputación y rentabilidad a largo plazo.

El informe ESG “significa utilizar los factores ambientales, sociales y de gobernanza para evaluar las empresas y los países en función de su grado de avance en relación con la sostenibilidad” (Christino, 2021, párr. 2). Esto indica que dichos factores son fundamentales en la actualidad para validar la rentabilidad de la empresa y su sostenibilidad a futuro, así como, la factibilidad que existe para invertir en la misma.

Los ESG por sus siglas en inglés “Environmental, Social and Governance”, son considerados indicadores que le permiten valorar a las organizaciones en materia de responsabilidad, el compromiso que tienen con respecto a factores como el medio ambiente, lo social y el buen gobierno. En este sentido Soto (2022) citando a Boffo & Patalano, (2020) señala que:

“... tomar decisiones de inversión sostenible está muy extendido por parte de los inversores el uso de los criterios ESG que tienen en cuenta consideraciones medioambientales, sociales y de gobernanza. La gran mayoría de los estudios actuales entorno a los criterios ESG se enfocan en analizar el rendimiento obtenido a través de la inversión sostenible, tomando como referencia este indicador”. (p.6)

Por su parte Gutierrez Loscos (2021), citando a Corporate Finance Institute, define los factores ESG de la siguiente manera:

#### **Factores**

##### **Medioambientales:**

**Environmental (E):** El área medioambiental engloba factores concretos como: el uso de energías renovables, programas para la gestión de residuos, para

la gestión de contaminación del agua o del aire derivado de las operaciones de la empresa, así como la actitud de la empresa en relación con el cambio climático. Otras opciones que tiene en cuenta son la obtención de materias primas o el tipo de prácticas y procesos que utiliza la empresa

**Factores Sociales: Social (S):** Los factores sociales engloban una gran variedad de prácticas llevadas a cabo por la empresa. Una de las principales actividades que se analizan son las relaciones que tiene la compañía con sus propios empleados: reciben un trato justo, los beneficios que reciben (sin tener en cuenta los salarios), las políticas vigentes en el lugar de trabajo (en materias como diversidad o inclusión) entre otras

**Factores de Gobierno Corporativo: Governance (G):** La última área de estos criterios engloba todas aquellas actividades que tienen que ver con la manera en la que la compañía es dirigida por sus directores. En este caso se tienen en cuenta actividades como la honestidad financiera o elementos de gobierno corporativo. También se incluyen las relaciones con accionistas. (p.9)

Estos informes están orientados para que las empresas puedan realizar sus prácticas y procesos de forma oportuna y transparentes, generando confianza a usuarios internos y externos, revelando de esta manera información que va más allá de lo financiero-económico, colocando en evidencia el compromiso socioambiental que tienen las organizaciones. En este sentido PwC (PricewaterhouseCoopers S.L. (2021) hacen énfasis en que “Son cada vez mayores las exigencias por parte de los grupos de interés que reclaman una mayor cantidad de información a nivel cualitativo y cuantitativo”. (p.16). Tal como lo indica Nuñez, (2021) citando a Orellana, (2020) “La sostenibilidad es gestionar los recursos para satisfacer las necesidades actuales, sin poner en riesgo las necesidades del futuro. Esto considerando el desarrollo social, económico y el cuidado del medio ambiente.” (p.13). Es decir, las empresas deben trabajar en base a los recursos que posee, no sin antes pensar en las necesidades que puedan tener a futuro y resguardando siempre la integridad en el ámbito social y del

medio ambiente sin poner en riesgo lo económico.

El impulso por incorporar aspectos ESG en las grandes empresas depende del interés y el liderazgo que demuestre el gobierno corporativo en esta materia para poder gestionar de forma efectiva las estrategias implementadas y que estas perduren a corto, mediano y largo plazo. Implementar el uso de estos criterios bajo ciertos procesos de gestión empresarial, contribuirá para que las empresas puedan medir los riesgos, visualizar las oportunidades y saber comunicar de forma inmediata los resultados de este. En ese contexto PWC (2021) mencionan que:

Como órgano de máxima responsabilidad, el Consejo debe asumir el liderazgo de la empresa y poner el foco en asuntos estratégicos que aseguren la sostenibilidad a medio y largo plazo. Para desempeñar esta tarea con éxito, será necesario liderar un cambio cultural en la organización, mediante la promoción e integración de aspectos ESG como elementos clave para articular la gestión del negocio” (p.10).

En ese sentido, la alta gerencia comprende que deben establecer

objetivos, que puedan ser medibles y concretos, y que a su vez estén orientados en mejorar el desempeño y la calidad de sus actividades y de esta manera agregar más valor a las empresas. Es importante destacar que los usuarios externos como inversionistas, proveedores, y consumidores están constantemente evaluando como se desempeña y se involucran las empresas con estos factores, ya que a través de esto ellos tomaran sus decisiones de invertir o consumir de forma responsable.

La preparación del informe ESG es de gran utilidad para las empresas, porque permite tener una visión óptima del rendimiento de las entidades que manejan criterios ambientales, sociales y de gobernanza. Algunas de las ventajas de la elaboración de este documento son las siguientes: promueve la credibilidad y transparencia en las relaciones con los usuarios internos y externos, contribuye para que las tomas de decisiones sean asertivas, evalúa los riesgos y oportunidades que puedan presentarse a futuro.

Existen muchos estándares que pueden utilizar la empresa para la

elaboración de este informe, según Christino (2022) el Sustainability Reporting Standards (GRI) es el más utilizado por las organizaciones a nivel mundial, además agrega que este estándar recomienda seguir cinco pasos para la elaboración de este informe:

1. **Preparar** – Fase de discusión interna, incluyendo gerentes y directores, con el fin de identificar los impactos económicos, ambientales y sociales positivos y negativos que son más evidentes.
2. **Conectar** – Contribución de los distintos públicos interrelacionados con la organización sobre los aspectos que deben ser considerados en el alcance ESG del informe, tales como grupos de interés, proveedores, colaboradores, etc.
3. **Definir** – Definición por parte del equipo de gestión de los aspectos positivos y negativos más importantes que serán informados, contribuyendo a la definición del contenido y principales focos del informe.
4. **Monitorear** – Recopilación de datos e indicadores que se incluirán en el informe final. Esta etapa ayuda a identificar qué aspectos deben monitorearse, lo que

ayudará a generar informes más claros y transparentes.

5. **Informar** – Esta etapa implica preparar, escribir y definir decisiones importantes sobre cómo comunicar los resultados de los datos recopilados en el informe final. (Christino, 2022, Etapas para preparar un informe de sostenibilidad, párr. 2)

Estos pasos son una guía para que las organizaciones tomen en cuenta al momento de realizar el informe ESG, es importante destacar que la información suministrada a través de estos informes debe ser comparable a través del tiempo, con el fin de crear una mejor estrategia para el alcance y logro de sus objetivos, del mismo modo que se pueda realizarse una evaluación del desempeño y calidad, permitiendo mejorar el compromiso, la responsabilidad y la imagen que tiene la empresa ante la sociedad.

Los Estándares GRI representan un conjunto de directrices y herramientas que son utilizadas por las empresas que realizan informes de sostenibilidad y responsabilidad social, en donde se establecen los principios y criterios para poder medir, gestionar y comunicar los impactos económicos,



ambientales y sociales de una compañía. Los Estándares GRI (Global Sustainability Standards Board, 2021) indican

Permiten que una organización declare públicamente sus impactos más significativos en la economía, el medio ambiente y las personas, incluidos los impactos que afectan a los derechos humanos, y cómo gestiona estos impactos. Esto mejora la transparencia en lo que respecta a los impactos de la organización y aumenta la rendición de cuentas de la organización. (p.4)

Estos estándares al ser expuestos de manera pública les ofrecen una gran ventaja a las empresas en materia de sostenibilidad, puesto que ayudara a mejorar los impactos que pueda tener una empresa en lo económico, social y con el medio ambiente y en la manera en cómo se desenvuelve al gestionar dichos impactos permitiendo ser más transparentes en las actividades que una organización realiza para contribuir con el desarrollo sostenible. Por su parte Christino (2022), señala los beneficios para las empresas de aplicar informes ESG, los cuales se presentan a continuación:

- Agrega practicidad en la divulgación de datos, lo que permite una fácil verificación del cumplimiento de las regulaciones;
- Fomenta la confianza y la transparencia en las relaciones con las partes interesadas internas y externas;
- Consolida la eficiencia operativa interna;
- Fortalece la comunicación interna y el sentimiento de pertenencia, lo que a menudo también genera compromiso entre los funcionarios; a menudo, los colaboradores desconocen las acciones de la empresa con las que pueden identificarse;
- Refuerza la reputación e imagen sostenible de la organización;
- Ayuda en la toma de decisiones asertiva;
- Dirige en la adopción de acciones;
- Aumenta la comprensión de los riesgos y las oportunidades;
- Permite la comparación entre el desempeño tanto internamente, entre departamentos como externamente, entre organizaciones;
- Aumenta la ventaja competitiva. (párr.5)

En tal sentido, aplicar los criterios ESG es de gran utilidad para todo tipo de empresa, de diversos sectores económicos y áreas geográficas, permitiendo de esta forma aportar diferentes cualidades a la actividad y operatividad de las empresas, y de esta manera puedan evaluar el desempeño y la calidad de los servicios que ofrecen tomando en cuenta los riesgos, las oportunidades, la verificación del cumplimiento de las normativas, confianza y transparencia tanto interna como externa, el cual será de gran ayuda para que la toma de decisiones sea más asertiva y oportuna en las organizaciones.

### **REFLEXIONES**

Las organizaciones cada día se enfrentan a muchos desafíos, sobre todo en el área gerencial, las empresas buscan establecer estrategias y políticas que le permitan solventar situaciones a corto y largo plazo, evaluando las oportunidades y mejorando las debilidades que puedan presentarse, con el fin de alcanzar el logro de sus objetivos, facilitando así el éxito empresarial.

Para las empresas, la toma de decisiones se enfoca en analizar y

estudiar el problema y para ello requiere de información, en función a esto se plantearán ciertas estrategias que le permitirán a los encargados, tomarlas de forma oportuna y eficaz. En ese sentido, la gerencia sostenible, no solo comprende que es necesario tener un mayor compromiso con el medio ambiente y con la sociedad, sino que al momento de tomar decisiones con respecto a los informes ESG deben tener en cuenta que la información suministrada a través de estos documentos tiene que ser verificada, transparente, confiable y comparables en el tiempo.

Los informes ESG son indicadores de calidad para una empresa, ya que les permite medir los riesgos, el desempeño y la calidad de las actividades que tiene una organización frente a los factores ambientales, sociales y de gobernanza, adicionalmente se evalúan las oportunidades que puedan presentarse a futuro, contribuyendo con el alcance de sus metas y que estas puedan ser beneficiosas para todos los grupos de interés.

Es por ello, que los factores ESG adquieren gran importancia dentro de

la planificación, y las estrategias que deben tener cada organización, fortaleciendo su confiabilidad y transparencia en las actividades que realiza, al colocar en el centro de las

tomas de decisiones la sostenibilidad y de esta forma estar a la altura del creciente interés por parte de los reguladores, inversores, consumidores y empleados, entre otros.

## REFERENCIAS

Ayala Del Pino, C. (2021). La Responsabilidad Social Corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, LIV (2021) (173-198).

Azkue, I. D. (20 de Enero de 2023). *Toma de decisiones*. Recuperado el 18 de marzo de 2023, de Enciclopedia Humanidades: <https://humanidades.com/toma-de-decisiones/>

Baquero , Y. P., & Rivera Aristizábal , L. J. (2023). *El impacto del score ESG en el desempeño financiero en compañías del sector de consumo discrecional en Latinoamérica*. Tesis de Maestría, Universidad EAFIT, Escuela de Economía y Finanzas .

Bom-Camargo, Y. I. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII(2), 3.

Cabana Villca, R., & Pino Castillo, C. (2020). Modelo de Gerencia Sustentable para fortalecer la competitividad en las empresas del retail "supermercados" de la region de Coquimbo, Chile. *Contaduría y*

*Administración*, 65(2), 1-39. doi:<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2007>

Christino, C. (18 de Octubre de 2021). *Excellence Blog*. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de ESG: El nuevo paradigma empresarial: <https://blog.softexpert.com/es/author/christino/>

Christino, C. (14 de febrero de 2022). *Excellence Blog*. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de ESG: El nuevo paradigmas de los negocios- Informes de Sostenibilidad: <https://blog.softexpert.com/es/author/christino/>

Cohen, N. L., Quadro, M., & Werbin, E. M. (Febrero de 2023). Información no financiera: su importancia en la toma de decisiones y su relación con el desempeño. *Documentos De Trabajo De Investigación De La Facultad De Ciencias Económicas (DTI-FCE)*(1).

Garcia, G., Altamirano, A., Moreno, M., & Altamirano, G. (2022). Modelo de los Factores de decision que influyen en los gerentes de las PYMES. *REVISTA DE INVESTIGACION SIGMA*, 09(1), 41-49. doi:<https://doi.org/10.24133/sigma.v9i01.2621>

Global Sustainability Standards Board. (2021). *GRI GLOBAL REPORTING INITIATIVE*. Recuperado el Mayo de 2023, de GRI 1: Fundamentos 2021: <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-spanish-translations/>

Gonzalez, J., Ortiz, R., Salazar, F., & Verdugo, D. (2018). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, vol. 21(núm. 1, 2019).

Gutierrez Loscos, A. (MARZO de 2021). *La integración de los ESG en los procesos de inversión: Una propuesta metodológica para la toma de decisiones*. Trabajo de fin de grado, Universidad Pontificia Comillas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Madrid España. Recuperado el Mayo de 2023

Navarro De la Rosa, M., & Sergii, Y. F. (2020). *La nueva Gobernaza empresarial: La RSC, la ISR, y la ESG*. Trabajo fin de grado, Facultad de ciencias sociales y del trabajo.

Núñez, F. (29 de 04 de 2021). Caracterización de la Sostenibilidad y Competitividad de las PYME rubro Artesanal del Distrito de Catacaos-Pirua. *Reositoria Institucional ULADECH*, <https://hdl.handle.net/20.500.13032/21926>. Recuperado el 24 de 03 de 2023

PwC - PricewaterhouseCoopers S.L. (2021). *Guía para la integración de criterios ESG en los consejos de administración*. Obtenido de [www.pwc.es/es/publicaciones.html](http://www.pwc.es/es/publicaciones.html)

Rodríguez-Cruz, Y., & Pinto, M. (2018). *Modelo de uso de información para las tomas de decisiones estratégicas en organizaciones de información*.

Rueda, J., Herrera, A., & Rueda, M. (2019). La gerencia sostenible como modelo de responsabilidad social. *I+D Revistas de Investigaciones*, 15(1), 86-98. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/337949588\\_La\\_gerencia\\_sostenible\\_como\\_modelo\\_de\\_responsabilidad\\_social\\_-\\_Sustainable\\_management\\_as\\_a\\_social\\_responsibility\\_model?enrichId=rgreq-5fae74f8d58d2a647d9fb7a741ca1d56-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzZmZnk0](https://www.researchgate.net/publication/337949588_La_gerencia_sostenible_como_modelo_de_responsabilidad_social_-_Sustainable_management_as_a_social_responsibility_model?enrichId=rgreq-5fae74f8d58d2a647d9fb7a741ca1d56-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzZmZnk0)

Skancke, M., & Reynold, s. F. (2021). *Principio para la Inversión Responsable: Una iniciativa de inversores en la asociación con la iniciativa del PNUMA y el pacto global de la ONU*. Obtenido de <https://www.unpri.org>.

Soto Jaramillo, A. F. (2022). *Los criterios Esg y el cambio climático*. Trabajo de fin de grado, Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Vázquez Matiz, D. M. (2020). *La inteligencia organizacional en la toma de decisiones de la gerencia del talento humano*. Bogota DC.



## **STABLECOIN TRADING AS AN EXCHANGE ALTERNATIVE TO COUNTERACT THE EFFECTS OF VENEZUELAN INFLATION**

Victor Mendez.  
Mariangel Mendez

### **SUMMARY**

The purpose of this article is to analyze cryptographic technologies with a focus on stablecoins as an exchange and savings alternative for Venezuelans, considering the volatility of the most conventional cryptocurrencies such as Bitcoin, Ethereum, Cardano, among others, in the face of a scenario of widespread inflation in the country. To do this, a methodological process of descriptive research was carried out where we will address inflation in Venezuela and how it has changed the way in which goods and services are exchanged in the country, then we will define general terms such as stablecoins, their different forms of support, how and where they are marketed and their differences with respect to other cryptocurrencies, to finally establish how Venezuelans can use this technology as an exchange tool to protect their liquidity and even increase their purchasing power. It concludes with some benefits and risks to which the Venezuelan is exposed by trading in this market within an inflationary economy.

Keywords: stablecoins, exchange, cryptocurrencies, savings, inflation.

## **COMERCIO DE STABLECOINS COMO ALTERNATIVA DE INTERCAMBIO PARA CONTRARRESTAR LOS EFECTOS DE LA INFLACIÓN VENEZOLANA**

### **RESUMEN**

El presente artículo tiene como finalidad analizar a las tecnologías criptográficas con un enfoque hacia las stablecoins como alternativa de intercambio y ahorro para el venezolano, considerando la volatilidad de las criptomonedas más convencionales como Bitcoin, Ethereum, Cardano, entre otras, frente a un escenario de inflación generalizada en el país. Para ello, se llevó a cabo un proceso metodológico de investigación descriptiva en donde abordaremos la inflación en Venezuela y como ésta ha cambiado la forma en la que se intercambian bienes y servicios en el país, seguidamente definiremos términos generales como las stablecoins, sus distintas formas de respaldo, como y donde se comercializan y sus diferencias respecto a otras criptomonedas, para finalmente establecer como los venezolanos pueden usar esta tecnología como herramienta de intercambio para resguardar su liquidez e incluso aumentar su poder adquisitivo. Se concluye con algunos beneficios y riesgos al cual se expone el venezolano por comercializar en este mercado dentro de una economía inflacionaria.

Palabras clave: stablecoins, intercambio, criptomonedas, ahorro, inflación.

## Introducción

Venezuela se encuentra en una crisis económica que se observó en aumento desde el 2013 a niveles nunca antes vistos en el país (y que a fechas de 2023 aún padecemos), donde la alza de precios y servicios junto con la devaluación de la moneda generó una de las peores crisis económicas que ha visto el mundo, esto conllevó al venezolano a buscar distintas maneras de poder mantener su valor adquisitivo ya que la moneda nacional, el bolívar, pierde su valor en cuestión de horas, lo que provocó una coexistencia entre distintas monedas a fin de mantener el crecimiento económico.

Una de las alternativas que surgió en el año 2014 son las stablecoins las cuales no solo tienen beneficios, también representan un gran riesgo si no poseen los conocimientos suficientes sobre el uso y aplicación de estas, ya que durante el 2022 e inicios del 2023 distintas stablecoins y Exchange's o plataformas de intercambio se han visto sumergidas en controversias, incluso algunas siendo reveladas como supuestos esquemas Ponzi y otras resultando en quiebra, es por esto que

en este artículo se analizará su uso en el ámbito venezolano.

## Economía venezolana

Para hablar de la estructura económica del país debemos remontarnos en sus cimientos, es decir, en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (C.R.B.V.), la cual establece en el artículo 299 que:

El Estado, conjuntamente con la iniciativa privada, promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país... (pág. 315)

Esto nos indica que el país sigue un modelo de una economía mixta, debido a que coexiste la inversión pública y privada en el mercado a la vez que el estado implementa políticas e interviene en el mercado como ente regulatorio para fortalecer la soberanía económica del país.

Ahora, para entender la economía venezolana es necesario conocer un poco de la historia económica del país. Venezuela se ha caracterizado por ser un país exportador, a finales del siglo

XIX y al principio del XX su principal sector productivo fue el agricultor donde exportaban principalmente café y cacao, presentando durante el siglo XIX entre el 50% y el 70% del valor de las exportaciones del país (Grand, 2022).

Pero uno de los descubrimientos más importantes para la economía del país fue el petróleo, aunque ya se conocía de la existencia de yacimientos petrolíferos en el país, no fue hasta el 14 de diciembre de 1922 que ocurrió lo que hoy conocemos como “El reventón” donde el pozo “Barroso II” en la ciudad de Cabimas, estado Zulia, se activó o reventó dando así a conocer al país por su gran potencial petrolero, atrayendo a inversionistas extranjeros importantes y dando inicio a la comercialización del petróleo en el país. Ya para el 1930 el petróleo representaba el 90% de las exportaciones del país (Aizaga, 2019) situándolo como la principal fuente de ingresos por décadas, eventualmente convirtiendo a Venezuela en un país con una economía rentista petrolera ya que la renta que otorgaba la exportación de este no tenía

contrapartida con otros sectores productivos del país (Arenas, 2010).

Sin embargo, las fallas de este modelo rentista se presentaron cuando el barril fluctuaba de precio, debido a que la mayoría de ganancias usadas para los gastos del país provenían de la venta del crudo; y a pesar de los distintos esfuerzos de presidencias de crear políticas e incentivos para impulsar y diversificar los sectores pesqueros y agricultores, en la última década los ingresos del país disminuyeron debido a la baja de precios por barril sumado al aumento del gasto público, el déficit fiscal la carencia de fuentes crediticias y de inversiones importantes para el desarrollo junto con un escenario político-social muy adverso conllevó a la crisis económica que el país ha presenciado desde el 2013, y continua hasta el día de hoy 2023, dando como resultado una de las inflaciones más altas del mundo y una moneda que se devalúa constantemente.

### **Inflación Venezolana**

La inflación es un fenómeno relacionado a la fluctuación de precios, es así como Farías y Sabino (1997) definen a la inflación como un proceso

económico caracterizado por alzas generalizadas y sostenidas de precios en el tiempo. También suben el precio de las monedas extranjeras, es decir, el bolívar se deprecia frente al dólar, euro, entre otras, por lo que se debe entregar mayor número de bolívares para comprar las monedas extranjeras. Es decir, la inflación es el alza de precios de bienes y servicios provocada por el deterioro de la moneda de curso legal, lo que genera una desmejora en la calidad de vida de los ciudadanos debido a que disminuye su capacidad de adquirir los bienes y servicios necesarios para satisfacer sus necesidades.

Venezuela se ha visto sumergida en una economía hiperinflacionaria donde el alza de precios fue rápida y descontrolada desde el 2017 hasta el 2021, según ProDavinci (2017) inicio en el 2013 con una inflación de 56% anual, la más alta del mundo para ese entonces, dos años después llegó a 180,9%, aunque el Banco Central no publica este índice desde 2016, la Comisión de Finanzas de la Asamblea Nacional (AN) informó que para el 2017 la inflación anual acumulada fue de 2.616% (Monitor ProDaVinci, 2018),

para este año iniciaría el periodo hiperinflacionario que duraría hasta diciembre de 2021, sin embargo, el país continua en una economía inflacionaria que sufre las secuelas de este periodo hiperinflacionario mientras que estamos al borde de un rebrote de esta misma (Observatorio Venezolano de Finanzas, 2023).

Este periodo hiperinflacionario que dio inicio en el 2017 provocó una gran variedad de consecuencias las cuales han afectado la calidad de vida de toda la población incluso años después de haber finalizado, los trabajadores y pensionados con ingresos fijos en bolívares se ven perjudicados ya que este se devalúa por lo que pierden su capacidad de compra, sumado a que el aumento desmedido de precios a generado la pérdida de valor de la moneda de curso legal la cual en los últimos 12 años se ha visto sometida a tres reconversiones monetarias retirándose en total 14 ceros.

Definitivamente, la moneda de curso legal, el bolívar, perdió la confianza de la población venezolana ya que es deficiente como unidad de cuenta puesto que el poder adquisitivo



monetario no se mantiene a través del tiempo, además de que se ha vuelto ineficaz como medio de intercambio, de ahorro e incluso como medio de pagos a futuro (Ortiz, 2001), esto debido a que el bolívar pierde su valor en cuestión de minutos, lo que incentiva al venezolano a estar en la búsqueda constante de alternativas que le permitan mantener su poder adquisitivo y capacidad de ahorro.

### **Alternativas de intercambio y ahorro en Venezuela**

Con la crisis económica y la devaluación de la moneda, los ciudadanos empezaron a comercializar con divisas, tanto fiduciarias como digitales, lo cual inicialmente fue condenado por el gobierno ya que este buscaba mantener al bolívar como única moneda legal para “fortalecerla”, sin embargo, desde el 2018 el gobierno ha flexibilizado sus políticas, permitiendo el uso de divisas. Incluso el presidente de la república afirmó en enero del 2022 que el bolívar debe coexistir con el dólar, criptomonedas y otras divisas a fin de mantener el crecimiento económico.

El dólar se ha convertido en la divisa predilecta para intercambiar y ahorrar en el país debido a su estabilidad, y a pesar de que, como toda moneda fiduciaria, está sujeto a devaluarse; la confianza que ha generado en los ciudadanos a lo largo de los años la siguen posicionando como moneda de uso mundial.

Sin embargo, en Venezuela, el dólar tiene la desventaja de que el acceso a este es limitado, al ser una moneda informal no se coordina con las autoridades estadounidenses para que los dólares entren a la economía planificadamente en términos de uso y demanda del billete (Olmo, 2021), por lo que escasea el efectivo, especialmente los billetes de baja denominación, dificultando el intercambio y el cambio de monedas entre ciudadanos, además de que ahorrar en dólares en efectivo es inseguro.

Esta problemática se vio medianamente soportada por las billeteras virtuales como Airtm, PayPal, entre otras; que permitían realizar y recibir pagos de manera electrónica pero eventualmente bajaron en popularidad debido a las altas

comisiones que cobraban por utilizar los servicios; además de que varias de estas pedían cuentas bancarias en dólares del exterior como soporte, lo que para la mayor parte de la población venezolana es difícil obtener.

Por otro lado, desde el 2019 la economía digital creció en popularidad, especialmente en las criptomonedas, según Santander (2022) estas son “un activo digital que emplea un cifrado criptográfico para garantizar su titularidad y asegurar la integridad de las transacciones, y controlar la creación de unidades adicionales, es decir, evitar que alguien pueda hacer copias como haríamos, por ejemplo, con una foto”. Las criptomonedas se caracterizan por su descentralización y seguridad, son finitas o limitadas debido a que su masa monetaria es predecible y acotada, son rápidas de transferir, no se necesitan intermediarios y son en gran medida anónimas y transparentes (Torres, 2019).

A pesar de que la población en general no está educada en cuanto a las criptomonedas, cada vez más venezolanos se instruyen respecto a estas debido a que no están sujetas a

un estado que influya en su comportamiento, es más, el precio depende totalmente del potencial que la comunidad ve en ellas, es decir, su atractivo está en su descentralización, además de que se pueden minar distintas monedas invirtiendo solo buenos equipos tecnológicos.

La especulación que hay en las criptomonedas debido a sus altas rentabilidades en un periodo corto de tiempo, ha generado lo que se conoce como “fear of missing out” (FOMO), que significa “miedo a perderse algo”, este fenómeno atrae cada vez más usuarios a comprar e invertir en criptomonedas para aprovechar las subidas de precios y retirar en ganancias, sin embargo, muchos no se instruyen al respecto y al invertir demasiado tarde retiran en pérdidas.

### **Stablecoins**

Las criptomonedas más convencionales no son eficientes como método de intercambio ni como instrumento de ahorro por su alta volatilidad, por lo que para ahorrar e intercambiar de manera relativamente más seguras están como alternativa,

las stablecoins o monedas estables, González, Ordoñez y Ablanado (2021) la definen “como activos digitales cuyo diseño basado en la cadena de bloques como cualquier otra criptomoneda, pero con la finalidad de mantener su valor estable y sin volatilidad pues replican el valor de una moneda Fiat”, a su vez, Ramírez (2023) define a las stablecoins “como criptomonedas que tienen un precio fijo y su valor está vinculado al de otra moneda o grupo de activos”.

Las stablecoins reúnen los aspectos atractivos de las criptomonedas, su descentralización, seguridad, fácil acceso e intercambio mientras mantienen un valor estable debido a que suelen mantener un principio de paridad, es decir 1:1, que, a diferencia de las criptomonedas tradicionales, tiene la supuesta cualidad de usar otras monedas (digitales o fiduciarias), algoritmos u otros activos o “commodities”, es decir, oro, petróleo, metales preciosos, entre otros, como respaldo.

Ahora, existen diversas formas de respaldo de stablecoins, según

Ramírez (2023) se pueden reunir en cuatro tipos:

1. Las stablecoins más comunes son aquellas respaldadas con monedas fiduciarias o Fiat, la stablecoin más usada, USDollar Coin (USDC), está respaldada por el dólar y bonos a corto plazo por lo que un USDC equivale a un dólar.
2. Las stablecoins respaldadas con otros bienes, materia prima o commodities que les permite anclarse a bienes como el oro que generalmente no fluctúan mucho a través del tiempo.
3. Las stablecoins respaldadas en criptomonedas, pueden ser una o varias, normalmente Bitcoin y Ethereum debido a su alta capitalización que les permite ser más consistentes a través del tiempo.
4. Finalmente están las stablecoins algorítmicas, estas no están respaldadas por un activo, más bien funcionan en base de algoritmos y contratos inteligentes, sin embargo, son las que menos confianza

generan en la comunidad debido a incidentes pasados.

Estas stablecoins se pueden comercializar a través de distintas formas y medios, una de ellas es mediante los bancos “criptofriendly” traducido a bancos amigables con las criptomonedas, estos son bancos que admiten criptomonedas y otros servicios de comercio de activos digitales, lo que permite a los usuarios comprar y vender criptomonedas (Gitonga, 2022).

Los bancos criptofriendly son una forma bastante segura de almacenar criptoactivos debido a que son instituciones con años de trayectoria en el mercado, sin embargo, muchos de estos bancos no permiten transferir estos activos a billeteras externas, además de que las comisiones e impuestos por utilizar estos servicios son bastante elevados.

Otro medio de comercializar con stablecoins es a través de los Exchange o plataformas digitales de intercambio donde se realizan los intercambios de criptomonedas a dinero fiduciario o a otras criptomonedas o stablecoins de

manera digital (Maldonado 2019-2023). Los exchanges funcionan como intermediarios entre usuarios que quieren comprar y vender criptoactivos mediante una lista de ofertas o demandas de manera que el usuario pueda elegir la opción que más le convenga.

Ahora, existen dos tipos de exchanges, los centralizados y los descentralizados. Los centralizados son aquellos en donde la privacidad de los usuarios es nula, es decir, el usuario debe dar a conocer su identidad para participar en la misma, esto con fin de pasar controles como “Conoce a tu Cliente” (KYC) y “Anti lavado de Dinero” (AML) para evitar las estafas y otras actividades ilegales. Entre las exchanges centralizadas más conocidas podemos mencionar Binance, Kraken, Coinbase, Poloniex, entre otros.

Por otro lado, los exchanges descentralizados, también conocidos como plataformas DeFi, son aquellos en donde la privacidad es completa, es decir, las plataformas no conocen la información privada de los usuarios y estos comercializan directamente



persona por persona a través de un software especializado. Sin embargo, esta característica de anonimidad recibe críticas debido a que es propensa que se comentan actos ilícitos. Entre los exchanges descentralizados más conocidos podemos mencionar a Curve, Uniswap, dYdX, PancakeSwap, APEX Pro, entre otros.

### **Controversias**

El mundo de las stablecoins es muy nuevo y poco regulado por lo que se ha visto inmerso en distintas controversias que han afectado la reputación de estos proyectos, dejando vulnerable a los inversores. Uno de los casos más importantes fue la caída de la stablecoin Terra USDollar (UST), según Gola (2022) “UST perdió su vinculación con el dólar estadounidense en mayo tras las retiradas masivas de Anchor Protocol, una plataforma de préstamos y créditos que ofrecía hasta un 20% de rendimiento a los clientes sobre sus depósitos en UST.”

Esto ocurrió debido a que una ballena, es decir, un inversor con una gran cantidad de criptomonedas capaz de

movilizar el mercado, retiró una suma muy grande de UST lo que generó mucha especulación entre usuarios por miedo de que se retiraran más, por lo que estos vendieron sus UST de Anchor Protocol y otras plataformas para evitar perder sus inversiones. Hasta el día de hoy hay mucha incertidumbre con lo que realmente pasó debido a que Do Kwon, el director ejecutivo (CEO) de Terraform Labs, nunca se pronunció sobre lo sucedido y se encuentra en fuga escapando de las autoridades, este hecho hizo perder la credibilidad en las stablecoins algorítmicas.

Un acontecimiento que afectó en el mundo de las stablecoins fue la disparidad del Acala Dollar (también conocida como AUSD) en agosto de 2022 debido a un error de código, donde un usuario se percató de que se podía emitir una cantidad ilimitada de esta stablecoin llegando a retirar más de 1.200 millones de AUSD, este exceso de oferta provocó que esta llegara a valer menos de 0,01\$. Para marzo del 2023, los intentos de la empresa de regresar la paridad 1:1 no han sido efectivos y la moneda perdió

la confianza del público (Antiporovich, 2022).

Otro suceso importante, fue la caída de uno de los exchanges más populares, conocido como FTX Trading Ltd. (comúnmente llamado FTX, abreviación para “Futures Exchange” traducido al español como “Intercambio del futuro”), que se declaró en bancarrota en noviembre del 2022, comenzó cuando se filtró un documento que demostraba que Alameda Research, un fondo de cobertura operado por Bankman-Fried (dueño y CEO de FTX), tenía una gran cantidad de FTX Token (FTT), el token o activo criptográfico oficial de FTX, esto hizo que Binance vendiera todas sus FTT, por lo que los inversionistas perdieron la confianza y empezaron a liquidar en masa sus tokens y a retirar dinero de FTX (Jaramillo, 2022).

La liquidez que FTX tenía supuestamente en libros no era cierta y los fondos de sus inversionistas que deberían haber tenido resguardados no estaban disponibles, lo que ocasionó que muchos usuarios perdieran el dinero que tenían dentro de la plataforma. Este suceso calificó a

Bankman-Fried de elaborar un tipo de esquema ponzi en donde usaba el dinero de los usuarios para inversiones de uso personal. Debido a este suceso otras plataformas relacionadas a FTX como Genesis Globe Capital quebraron o se vieron gravemente impactadas, y las criptomonedas, incluyendo las stablecoins perdieron credibilidad.

Finalmente, uno de los sucesos más recientes es la pérdida de la paridad 1:1 de la stablecoin USDC de la empresa Circle, esto debido a que en el banco Silicon Valley Bank, donde tenían parte de las reservas que respaldaban a esta moneda, quebró llevando a USDC a costar 0.88\$, esto rememorando los sucesos que ocurrió con UST, provocó a los usuarios a hacer retiros en pérdida, mientras que algunos aprovecharon de comprar en descuentos, estos últimos terminaron ganando ya que en cuestión de horas USDC fue recuperando su valor (Antiporovich, 2023).

La presión que está haciendo el Sistema de Reserva Federal de Estados Unidos (FED), sobre los bancos debido a las subidas de interés como estrategia para bajar la inflación,

pone en peligro a muchos bancos, como paso en el 2023 con los bancos Silicon Valley Bank o Silvergate, que quebraron por no poder soportar estos cambios. Esto puede llegar a poner en peligro a distintas stablecoins que tengan sus respaldos en bancos que no sean capaces de soportar estas subidas de interés.

### **Stablecoins como herramienta de intercambio y ahorro para el venezolano**

En Venezuela uno de los exchanges más utilizados es Binance, cada vez más negocios en el país ponen carteles indicando que reciben pagos a través de Binance Pay, en forma de Binance USDollar (BUSD), que es la stablecoin de dicha plataforma o de Tether USD (USDT), la stablecoin de Tether Limited y la más usada.

Una gran cantidad de negocios y ciudadanos venezolanos usa el intercambio p2p o trading p2p (“Peer to Peer” traducido a “Persona a persona”) que ofrecen los exchanges, estos funcionan mediante unos libros de ordenes o solicitudes de compras en donde se pueden cambiar los bolívares a stablecoins o viceversa, sin altas

comisiones, a través de diferentes opciones como, pago móvil, transferencia bancaria e incluso efectivo.

Además, muchos exchanges tienen sus propias apps para teléfono para poder hacer los intercambios fácilmente, igualmente se pueden hacer en cualquier navegador de preferencia. También el usuario puede elegir el usuario con mayor reputación para intercambiar y calificarlo, asegurando así que el intercambio se haga de forma rápida y segura.

Estas plataformas permiten mantener las stablecoins resguardadas como billeteras virtuales, sin embargo, el venezolano también tiene la opción de retirarlas de la plataforma y resguardarlas en su billetera de preferencia como “hot wallets” o billeteras calientes que son billeteras virtuales o “cold wallets” o billeteras en frío que permiten resguardarse en dispositivos digitales como pendrives.

Por otro lado, surgió una alternativa de ahorro en los planes que ofrecen los exchanges, en Binance llamadas como “Simple Earn” una manera de ganar recompensas diarias depositando

criptoactivos ociosos por plazos flexibles o bloqueados que permite suscribir o reembolsar productos en cualquier momento (Binance, 2022). De similar manera funcionan los bancos en donde el usuario deposita sus ahorros y obtienen ganancias a través de los intereses.

Otro plan que ofrecen los exchanges es la opción de “Liquidity Swap” o “Liquidity pool” conocidas en español como “reservas de liquidez”, en donde los usuarios con liquidez aportan un valor equivalente de dos tokens en una reserva (o pool) a cambio de ganar recompensas (en el token del exchange en el que se está aportando liquidez) a partir de los “trades” o intercambios que tengan lugar en su “pool” o reserva, de manera proporcional a su participación en la liquidez total (Binance, 2020).

En estos planes se pueden usar cualquier tipo de stablecoins que aportan una mayor estabilidad, aunque aportan menos rendimientos que las criptomonedas convencionales, ya que al ser más volátiles, son más riesgosas y aportan más rendimientos.

## Reflexiones finales

Conociendo el contexto económico en el que vive el venezolano actualmente en el que oscila entre usar bolívares o divisas fiduciarias, las stablecoins presentan una alternativa atractiva fácil de obtener donde se pueden intercambiar bolívares a stablecoins y viceversa sin altas comisiones mediante plataformas como Binance la cual está ganando cada vez más tracción entre los venezolanos, además permite a los venezolanos del exterior enviar remesas al país sin la dificultad de tener que pagar los servicios de casas de cambio que cobran altas comisiones.

Otro beneficio que presentan plataformas como Binance son los planes de ahorro como simple earn o liquidity swap que iniciando con poco dinero presentan una alternativa de ahorro diferente a la de los bancos tradicionales venezolanos que actualmente han quedado obsoletas por la devaluación del bolívar debido a que la inflación ha acabado con las tasas de intereses que puedan ofrecer.

Sin embargo, no todos son beneficios, las diversas polémicas que ha



presenciado el mundo de las stablecoins han demostrado que no son “estables” como su nombre lo indica, es importante que el usuario que las utilice este diversificado en distintas stablecoins y en caso de usar planes de ahorro utilizar los servicios de varias exchanges de manera que en caso de la quiebra de una de las plataformas o stablecoins, no perder toda la liquidez, es importante recordar que las stablecoins son un mercado relativamente nuevo, poco regulado que lo hace vulnerable ante las caídas de instituciones tradicionales donde se encuentran resguardos activos que las respaldan debido a la presión que ha recibido la economía en general por la FED.

A su vez; corremos el riesgo de que el gobierno como estrategia de bajar la inflación bloquee a las stablecoins vinculadas a divisas fiduciarias para proteger la moneda nacional, además de la inevitable regulación que planean implementar los gobiernos en un futuro a las exchanges y stablecoins pueden representar un riesgo debido a que se pueden implementar restricciones que impidan el comercializar con estas monedas, un proceso fácil y rápido,

características por las cuales son atractivas.

Finalmente, el comercio con stablecoins posee la ventaja de que con la era digital se tiene acceso a recursos e información que permiten visualizar, analizar y evaluar los diversos panoramas y escenarios para tomar decisiones más acertadas en relación al resguardo, intercambio y obtención de beneficios que a corto, mediano y largo plazo, pueden representar un mayor poder adquisitivo de una forma inteligente, diversificada y accesible; objetivo indispensable para los venezolanos.

## Referencias

Asamblea Nacional Constituyente (2009). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela* 5.908, *Extraordinaria*. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Febrero 19, 2009. Caracas, Venezuela.

Azaiga, Carlos (2019). ¿Enfermedad holandesa o enfermedad venezolana? Recuperado de: <http://revistabusinessvenezuela.com/webv/opinion/columnistas/enfermedadholandesa-o-enfermedad-venezolana/>

Antiporovich, Nicolás. (2023). USDC pierde paridad con el dólar estadounidense. Recuperado de: <https://www.criptonoticias.com/mercado>

os/usdc-pierde-paridad-dolar-estadounidense/

Antiporovich, Nicolás. (2022). ¿Qué es aUSD, la «stablecoin» que perdió su valor y recuerda a Terra USD? Recuperado de: <https://www.criptonoticias.com/tecnologia/que-es-ausd-stablecoin-perdio-valor-recuerda-terra-usd/>

Arenas, Nelly. (2010). La Venezuela de Hugo Chávez: rentismo, populismo y democracia. Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/la-venezuela-de-hugo-chavez-rentismo-populismo-y-democracia/>

Binance (2020). Introducción a Binance Simple Earn. Recuperado de: <https://www.binance.com/es-LA/support/faq/introducci%C3%B3n-a-binance-simple-earn-8df6abf5930e4ef4977d84f45d99d491>

Binance (2020-2022). ¿Qué son las Liquidity Pools (Reservas de Liquidez) en DeFi y Cómo Funcionan? Recuperado de: <https://academy.binance.com/es/articles/what-are-liquidity-pools-in-defi>

Faría, Hugo y Sabino, Carlos (1997). La inflación que es y como eliminarla. Ed. CEDICE-Panapo. Caracas, Venezuela

Gitonga, Ken. (2022). Los 10 principales bancos criptográficos del mundo en 2023. Recuperado de: <https://mpost.io/es/top-10-crypto-friendly-banks-in-the-world-in-2023>

Gola, Yashu. (2022). ¿Doble burbuja? La difunta 'moneda no estable' de Terra sube repentinamente un 800% en una semana. Recuperado de: <https://es.cointelegraph.com/news/double-bubble-terra-s-defunct->

unstablecoin-suddenly-climbs-800-in-one-week

Grand, Emma. (2022). El cacao fue el primer producto de exportación de Venezuela. Recuperado de: <https://www.purochocolate.life/el-cacao-fue-el-primer-producto-de-exportacion-de-venezuela/>

Guerra, José. (2013). Situación actual y tendencias de la economía venezolana: reflexiones para reconducir la política económica. *Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales*. Caracas, Venezuela.

González, Miguel; Ordoñez, Sergio y Ablanado, Gerardo (2021). Del dinero fiat a las stablecoins. Una reflexión financiera. *Vinculatégica Efan*. Vol. 7 Núm. 22

Jaramillo, Nicolas. (2022). El fraude de FTX no tiene nada que ver con Crypto. Recuperado de: <https://es.linkedin.com/pulse/el-fraude-de-ftx-tiene-nada-que-ver-con-crypto-nicolas-jaramillo>

Maldonado, José (2019-2023). ¿Qué es un exchange de criptomonedas? Recuperado de: <https://academy.bit2me.com/que-es-exchange-criptomonedas/>

Observatorio Venezolano de Finanzas (2023). Venezuela al borde de la Hiperinflación. Recuperado de: <https://observatoriodefianzas.com/venezuela-al-borde-de-la-hiperinflacion/>

Ortiz, Oscar. (2001). El dinero: la teoría, la política y las instituciones. Facultad de Economía UNAM, 2001.

Prodavinci (2017). Hiperinflación en Venezuela: Causas y soluciones. Recuperado de: <https://especiales.prodavinci.com/hiperinflacion/>

Olmo, Guillermo. (2021). Crisis en Venezuela. "Me dan un billete de US\$20 por 18 billetes de US\$1": los problemas de encontrar cambio en dólares. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-56610592>

Ramírez, Lorena. (3 de febrero de 2023). Las mejores stablecoins para invertir en 2023. Recuperado de: [https://www.iebschool.com/blog/las-](https://www.iebschool.com/blog/las-mejores-stablecoins-para-invertir-que-son-tecnologia/)

[mejores-stablecoins-para-invertir-que-son-tecnologia/](https://www.iebschool.com/blog/las-mejores-stablecoins-para-invertir-que-son-tecnologia/)

Santander (2022). Guía para saber qué son las criptomonedas. Recuperado de:

<https://www.santander.com/es/stories/guia-para-saber-que-son-las-criptomonedas>

Torres, José (2019). *Criptomonedas. Qué son, cómo utilizarlas y por qué van a cambiar el mundo*. Editorial Planeta, S.A., 2019. Barcelona, España. Recuperado de:

[https://planetadelibrospe0.cdnstatics.com/libros\\_contenido\\_extra/42/41659\\_Criptomonedas.pdf](https://planetadelibrospe0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/42/41659_Criptomonedas.pdf)

## R&D: A PATH TO ECONOMIC GROWTH

Stephanie España

### SUMMARY

The objective of this article is to analyze the benefits coming from research and development. The method responds to a documentary descriptive research, where different theoretical aspects of R&D and economic growth are analyzed, the gross domestic expenditure of the leading countries in this area is compared with their Gross Domestic Product and finally the existence of other positive induced effects in different sectors as a consequence of the advances. In this sense, the generation and use of new knowledge, and even innovations, were presented as elements that drive growth and this in turn is necessary for sustainable economic and human development.

Keywords: economic growth, research and development, GDP per capita, GERD.

### I+D: UN CAMINO PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO

### RESUMEN

El objetivo de este artículo es analizar los beneficios provenientes de la investigación y desarrollo. La metódica responde a una investigación descriptiva documental, donde se analizan diferentes aspectos teóricos sobre la I+D y el crecimiento económico, se compara el gasto interno bruto de los países líderes en esta área con su Producto Interno Bruto y finalmente se explora la existencia de otros efectos inducidos positivos en diferentes sectores como consecuencia de los avances. En este sentido, se presentó la generación y el empleo de nuevos conocimientos, e inclusive las innovaciones, como elementos impulsores del crecimiento y este a su vez necesario para el desarrollo sostenible económico y humano.

Palabras clave: crecimiento económico, investigación y desarrollo, PIB per cápita, GERD.

### Introducción

El aumento de la productividad es un tema de debate desde la primera revolución industrial, donde los países que tienen éxito buscan nuevas y mejoradas formas de traspasar los límites de sus capacidades. Autores como Romer y Solow, se han dedicado a describir mediante los modelos de

crecimiento endógeno como las variaciones en las tecnologías y las innovaciones generan un crecimiento sostenible de forma directa e indirecta. Los estudios demuestran que aun cuando se encuentran medios como cambios en la calidad del trabajo y el aumento en el stock de capital para generar crecimiento económico, los



repuntes más abruptos son consecuencia de los beneficios provenientes de la investigación y desarrollo.

Por ello, se procede a la realización del análisis sobre los aspectos teóricos y cuantitativos de la I+D y el crecimiento económico, tomando como objetos de estudio las economías más grandes del mundo, durante el periodo 2010-2020.

De modo que se logre comparar un espacio de tiempo con respecto a otro cuando los beneficios provenientes de la investigación y desarrollo se hayan esparcido considerablemente. Por último, indagar si existen cambios positivos ramificados hacia otras estructuras además de la económica.

### **Investigación, Desarrollo y Crecimiento Económico. Aspectos teóricos**

La investigación y desarrollo son todas aquellas actividades dedicadas a la ampliación del saber y la práctica de esos nuevos conocimientos para transformar e impulsar las metodologías aplicadas a procesos, productos y bienes. De modo que, las inversiones en esta área llegan a ser

tan redituables que no son prácticas exclusivas de corporaciones privadas; las mismas, en algunos países han sido acogidas y adoptadas como un medio para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, al punto que las legislaciones y las políticas públicas son diseñadas entorno a incentivar la I+D.

Para ilustrar, la investigación puede ser básica y aplicada, así lo expone el INE (s/f),

Investigación básica: Básica Pura: trabajos experimentales o teóricos que se emprenden principalmente para obtener nuevos conocimientos acerca de los fundamentos de los fenómenos y hechos observables, sin pensar en darles ninguna aplicación o utilización determinada. Básica Orientada: busca un conocimiento científico nuevo básico para un avance deseado. (párr. 2).

Investigación aplicada: Trabajos originales realizados para adquirir nuevos conocimientos, dirigida fundamentalmente hacia un objetivo práctico específico (párr.3).

Ahora, el desarrollo experimental va dirigido a tomar ese proceso inicial de la investigación, para ahondar de forma sistemática en la practicidad del nuevo

conocimiento con el objetivo de producir bienes, servicios, procesos, materiales, con mejoras sustanciales o con la creación de los mismos, siendo este último una innovación.

Sin embargo, el Gobierno de Canarias en la Ley del Impuesto sobre Sociedades, Cap. IV. Art. 35 (2014), aclara:

Se considerará investigación a la indagación original planificada que persiga descubrir nuevos conocimientos y una superior comprensión en el ámbito científico y tecnológico, y desarrollo a la aplicación de los resultados de la investigación o de cualquier otro tipo de conocimiento científico para la fabricación de nuevos materiales o productos o para el diseño de nuevos procesos o sistemas de producción, así como para la mejora tecnológica sustancial de materiales, productos, procesos o sistemas preexistentes. (párr. 2).

Se considerará también actividad de investigación y desarrollo la materialización de los nuevos productos o procesos en un plano, esquema o diseño, así como la creación de un primer prototipo no comercializable y los proyectos de demostración inicial o proyectos piloto, siempre que

éstos no puedan convertirse o utilizarse para aplicaciones industriales o para su explotación comercial. (párr. 3).

Esta última aseveración delimita de forma más estricta las actividades que son consideradas como I+D; sobre todo, sugieren cuales son aquellas acciones que son realmente generadoras de crecimiento económico. Bajo esta perspectiva, los avances aportados por esta área fortalecen la salud financiera de los países, creando estructuras capaces de lidiar con crisis generalizadas tales como las que ocasionó el COVID-19.

Según Larraín, F. y Sachs, J. 2013,

Algunos economistas han especulado que el papel de la I&D genera un tipo de círculo virtuoso, conocido como el crecimiento endógeno. La I&D conduce a mejoras del ingreso, las que a su vez generan un mercado más amplio para más innovaciones, actuando como estímulo de I&D, lo que a su vez mejora los niveles de ingreso, y así sucesivamente. (p. 104).

En este contexto, los niveles de competitividad, las ventajas en términos nacionales y de comercio exterior más los aumentos en la productividad, aportados por la I+D son

base para que las economías se encuentren en capacidad de palear shocks externos, de generar proyecciones prometedoras y que ante todo se encuentren en posición de armonizar con la agenda 2030.

### **Países líderes en GERD**

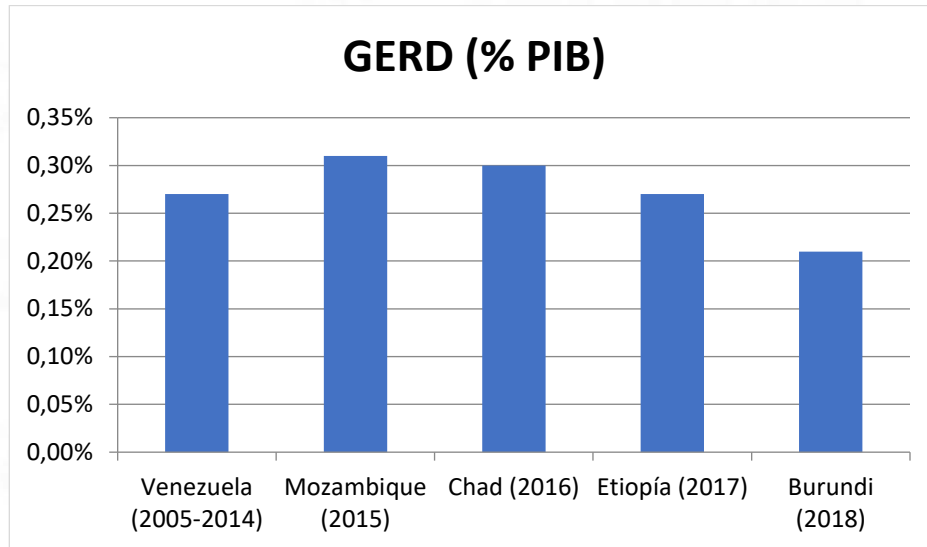
El Instituto Vasco de Estadística (EUSTAT), ofrece una data que compila el gasto en I+D como porcentaje del PIB de más de 27 países desde el 2010 hasta el 2020. Donde la mayor participación en el GERD (llamado así por sus siglas en inglés, Gross Domestic Expenditure on Research and Development), para este periodo de tiempo son de potencias como Estados Unidos, Japón y Corea del Sur. De allí que, fuesen estos los países seleccionados a ser objeto de estudio (Tabla 1).

En este orden de ideas, Estados Unidos, Japón y Corea del Sur destinan aproximadamente el 3% de su PIB a la

I+D, posicionándose así entre los países que más gastan en este ramo. Por otro lado al observar el panorama venezolano por 9 años hasta el 2014, por medio de data proveniente del Banco Mundial, se sabe que el país a duras penas asigna en promedio un 0,27% del PIB a la I+D; casi 11 veces menos que las tres potencias económicas mencionadas inicialmente.

En este sentido, se hace perceptible la brecha existente entre lo que gastan los países líderes en GERD y lo que destina Venezuela, por ejemplo; la inversión en este rubro es casi que ignorada por países subdesarrollos como estrategia para alcanzar el crecimiento económico. Lo mismo sucede con Mozambique para el 2015 con un gasto del 0,31% del PIB en I+D; el Chad para el 2016 con un 0,30%; Etiopía para el 2017 con 0,27%; Burundi para el 2018 con 0,21% (porcentajes del Banco Mundial).

**Gráfico 1. Comparación del GERD como porcentaje del PIB de Venezuela (2005-2014), Chad (2016), Burundi (2018), Argentina (2019) y Armenia (2020)**



Elaboración propia. Fuente: Banco Mundial (2023).

Dando cabida a observar que Venezuela bien podría estar siguiendo un modelo africano en el ámbito de la I+D. Por este motivo, es indispensable estudiar los países desarrollados que han tenido más éxito al utilizar la I+D como vía para el crecimiento

económico; explorar sus resultados con el fin de extrapolar sus métodos y pavimentar nuevos escenarios para las alternativas de esta hermosa nación. Por tanto se procede a estudiar una década del GERD como porcentaje del PIB de EEUU, Japón y Corea del Sur.

**Tabla 1. Gasto Interno Bruto en I+D como porcentaje del PIB para el periodo 2010-2020**

Países/Años	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>EEUU</b>	2,74	2,77	2,68	2,71	2,72	2,71	2,76	2,86	2,96	3,18	3,45
<b>Japón</b>	3,14	3,24	3,21	3,32	3,40	3,28	3,14	3,17	3,22	3,20	3,26
<b>Corea del Sur</b>	3,32	3,59	3,85	3,95	4,08	3,98	3,99	4,29	4,52	4,63	4,81

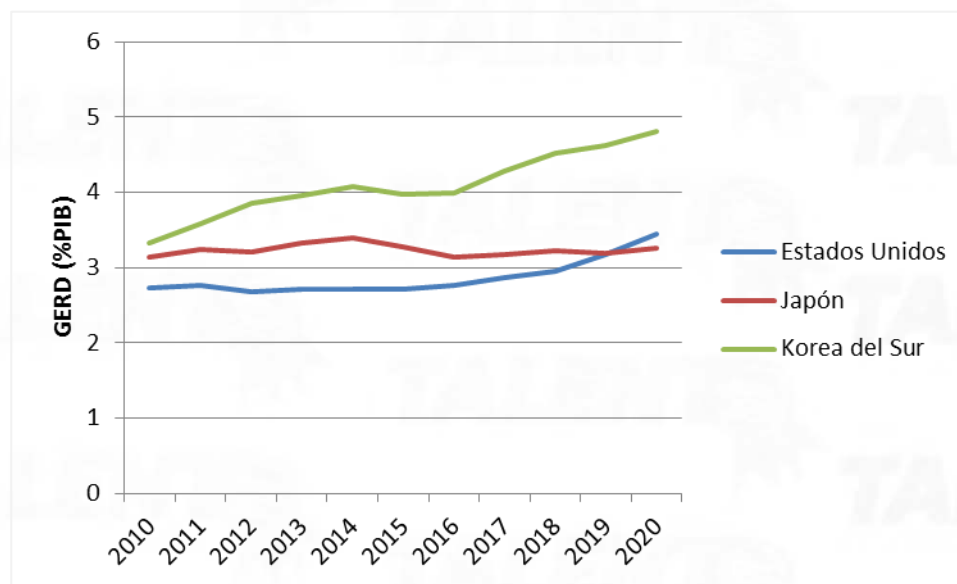
Elaboración propia. Fuente: EUSTAT (2023).



EEUU y Corea del Sur muestran tener un comportamiento ascendente del GERD como porcentaje de su PIB para la década. Aun cuando Japón pareciera tener un descenso para los últimos años, dado que es la única línea que no

muestra una tendencia similar a las otras potencias, se puede observar que se mantiene a lo largo del tiempo entre el rango de un GERD del 3 al 4% como porcentaje del PIB.

**Gráfico 2. Comparación del GERD como porcentaje del PIB de EEUU, Japón y Corea del Sur para el periodo 2010-2020**



Elaboración propia. Fuente: EUSTAT (2023).

Estos países se encuentran para el 2022, entre los primeros 14 puestos, según la lista de la página 'Datos Mundial', donde se observan las 50 economías más grandes del mundo. Siendo justamente, por ejemplo, el puesto número quince España, la cual realiza un Gasto en I+D en promedio para este periodo de tiempo de tan solo 1,4% como porcentaje de su PIB. En

contraparte en el puesto 46, se encuentra Rumania, la cual a duras penas invierte un 0,5% como parte de PIB en I+D. En consecuencia, se establece una relación entre la cantidad de GERD como porcentaje del Producto Interno Bruto de los países y la posición que ocupan en la lista, tal y como se muestra a continuación:

**Tabla 2. Puesto que Ocupan EEUU, Japón, Corea del Sur, España y Rumania entre las Economías más Grandes del Mundo Según la Página Datos Mundial y su GERD Promedio como Porcentaje de su PIB**

Puesto	Países	GERD (promedio)
1	EEUU	3,2%
3	Japón	3,6%
13	Corea del Sur	4,5%
15	España	1,4%
46	Rumania	0,5%

Elaboración propia. Fuente: Datos Mundial (2022) y EUSTAT (2023).

De hecho, si se observa con detenimiento los primeros tres países de la tabla 2 forman parte del G20 o grupo de los veinte, descrito por el BBC Mundo (2014) como “el grupo de los países más poderosos del mundo que representan el 85% de la economía mundial.” (párr. 1). Cabe mencionar que, la década estudiada se sometió a una filtración de dos años (2019 y 2020), con el fin de estudiar el comportamiento normal de las variables en cuestión sin las perturbaciones exógenas que trajo consigo la pandemia del COVID-19. A continuación se procede entonces a estudiar EEUU como principal potencia económica e inversor sustancial en I+D.

### **Estados Unidos**

Como se indica en la tabla 2 Estados Unidos es la primera potencia económica del mundo, su volumen de PIB para el 2020 se situó en 20.461.284 M\$, siendo el sector privado el mayor contribuyente al porcentaje reflejado en su GERD. El informe de la BCN (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile) señala que,

A nivel federal, el gobierno de Estados Unidos cuenta desde 1976 con la Oficina de Política sobre Ciencia y Tecnología (OSTP, por sus siglas en inglés)... Su mandato es asesorar al Presidente y a los funcionarios de su Oficina Ejecutiva, sobre los efectos de la ciencia y la tecnología en los asuntos domésticos y externos, y liderar los

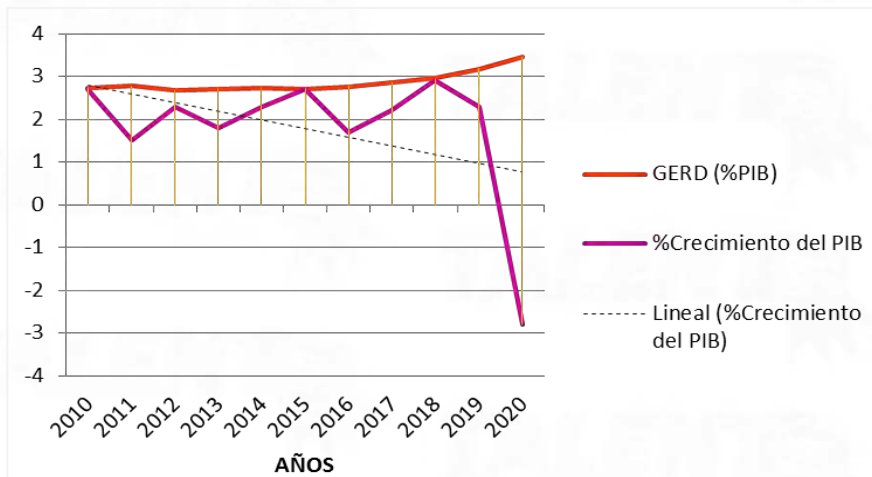
esfuerzos interagenciales para desarrollar e implementar políticas y presupuestos adecuados en esta materia. (párr.2).

De acuerdo a cifras de la UNESCO, para el año 2007, Estados Unidos contaba con 1.412.639 investigadores, lo que se traduce en cerca de 4.600 investigadores por cada millón de habitantes. (s/f, párr.3).

Asimismo, el informe de la BNC señala las generosas condiciones en términos

crediticios para los nuevos emprendimientos, investigaciones y proyectos prometedores que generen valor agregado a las industrias. Su estrategia en gran medida se basa en la creación constante de capital humano; la promoción de jóvenes que se superen en áreas como la ingeniería, salud, inteligencia artificial, los matemáticos, químicos, entre otros especialistas en ciencias exactas.

**Gráfico 3. Crecimiento del PIB y GERD como porcentaje del PIB de EEUU para el periodo 2010-2020**



Elaboración propia. Fuente: Banco Mundial y EUSTAT (2023).

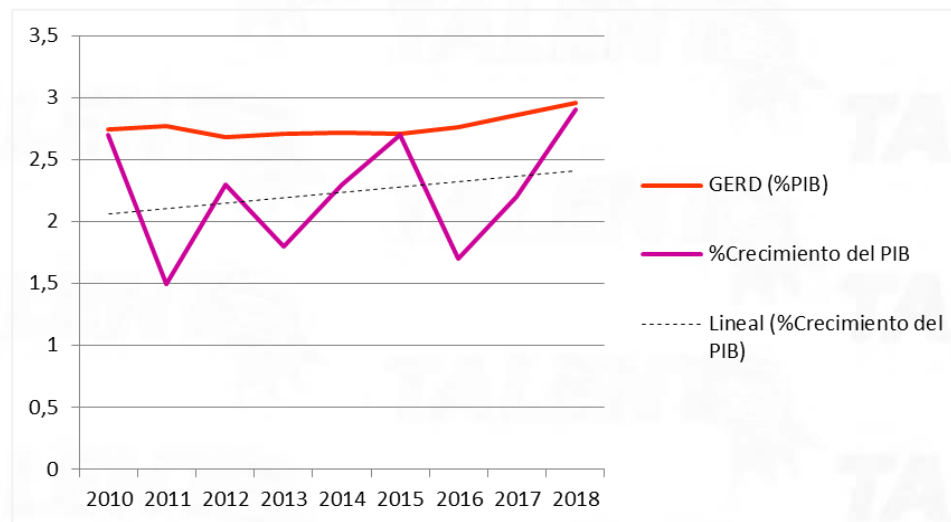
No obstante, en términos numéricos el panorama general (2010-2020) muestra un comportamiento de crecimiento de su PIB no tan favorecedor como se esperaba para la economía N° 1 del mundo (Gráfico 3). Luego del año 2019 se aprecia una caída abrupta del PIB

(línea morada), de aproximadamente el 5% de su PIB, esto tan solo en 12 meses, precisamente para el inicio de la pandemia.

Ahora, al hacer la filtración de los años 2019-2020 (gráfico 4), el

comportamiento de la línea tendencial de crecimiento porcentual del PIB cambió (línea de trazos azul). Lo que se observa en general son ciclos de alzas y bajas del PIB porcentual Estadounidense. Sin embargo los crecimientos mostraron ser mayores que los decaimientos del PIB, lo que da como resultado ligeros aumentos que manifestaron ser sostenidos para la década estudiada.

**Gráfico 4. Crecimiento del PIB y GERD como porcentaje del PIB de EEUU para el periodo 2010-2018**



Elaboración propia. Fuente: Banco Mundial y EUSTAT (2023).

En este sentido, los valores del Gráfico 3 estaban sesgados por el shock exógeno. Con lo cual se desglosa que los datos representativos para este periodo de tiempo son los que se encuentran en el Gráfico 4, donde un GERD relativamente creciente (línea roja) da como resultado un PIB con tendencias a la alza (línea de trazos azul). Para determinar si las demás economías respondían a la filtración de

la pandemia, al igual que EEUU, se procedió a estudiar Japón.

### Japón

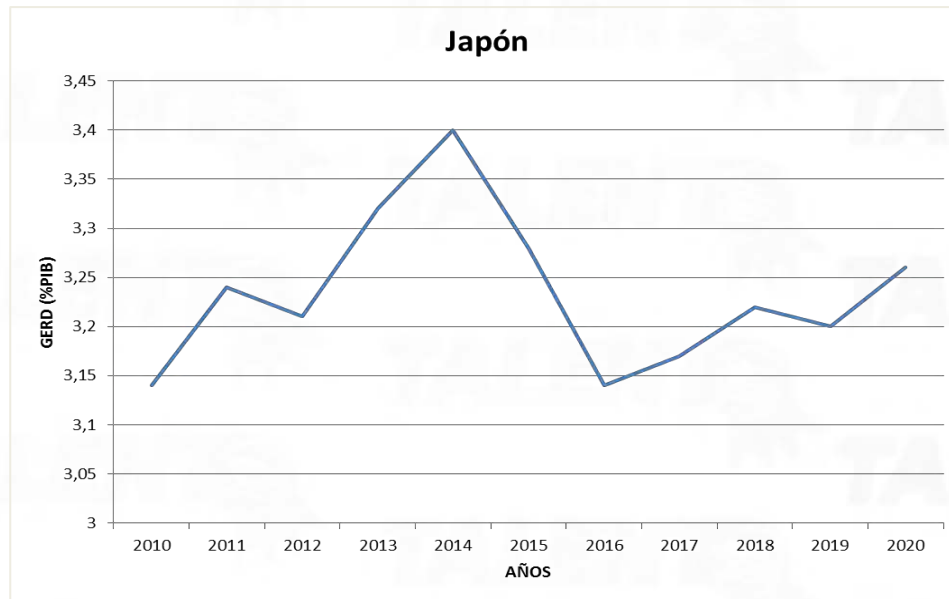
En los años sesenta el economista Akamatsu Kaname describió un patrón de desarrollo económico conocido como el modelo del vuelo del ganso. El cual consistió en un crecimiento económico generalizado al continente asiático liderado por Japón, demostrando luego de perder en la



segunda guerra mundial cómo la forma de recuperación más rápida era por medio de la generación de industrias productivas con valores agregados

considerables; descartando por supuesto otras estrategias de desarrollo debido al tamaño de su territorio respecto a otras potencias.

**Gráfico 5. Gasto Interno Bruto en I+D como porcentaje del PIB para el periodo 2010-2020**

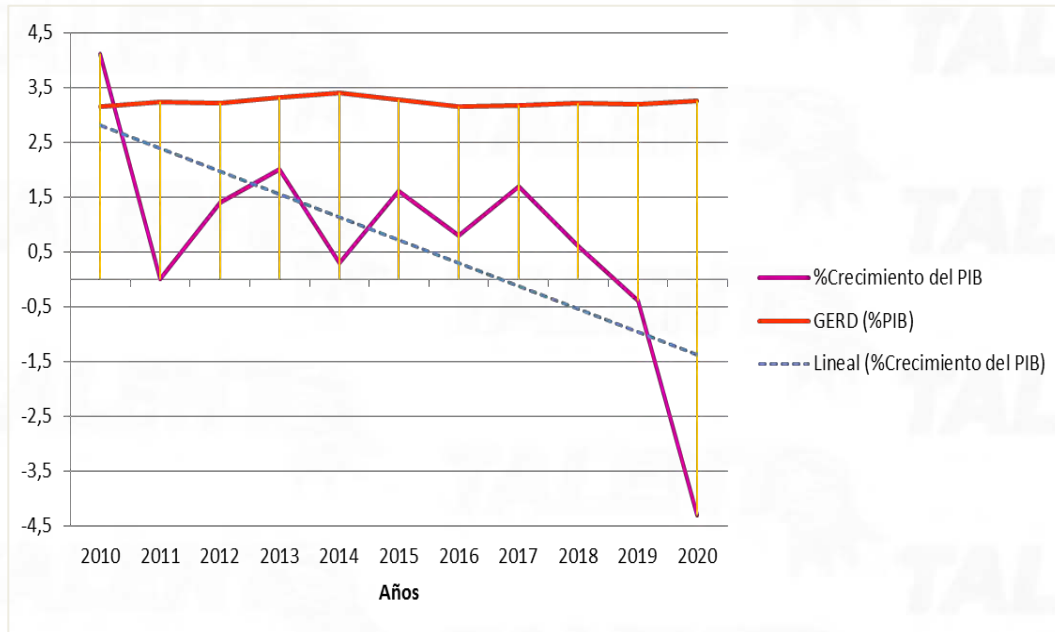


Elaboración propia. Fuente: EUSTAT (2023).

De allí que la I+D fuese la clave de un círculo virtuoso desencadenado por políticas estatales orientadas a incentivar las exportaciones y la inversión extranjera directa. Para los periodos objeto de estudio, Japón muestra tener un comportamiento sostenido en el tiempo, con un GERD de 3,6% en promedio como porcentaje de su PIB (Gráfico 5).

Por otra parte, para los mismos años se muestra un comportamiento tendencial de decrecimiento del PIB de Japón (Gráfico 6. Véase la línea azul en trazos). Sin embargo, hasta mediados del año 2019 se aprecia un comportamiento cíclico con repuntes cada dos años. Es necesario acotar que el patrón anómalo luego del 2019 coincide con los inicios de la pandemia por COVID-19.

**Gráfico 6. Crecimiento del PIB y GERD como porcentaje del PIB de Japón para el periodo 2010-2020**

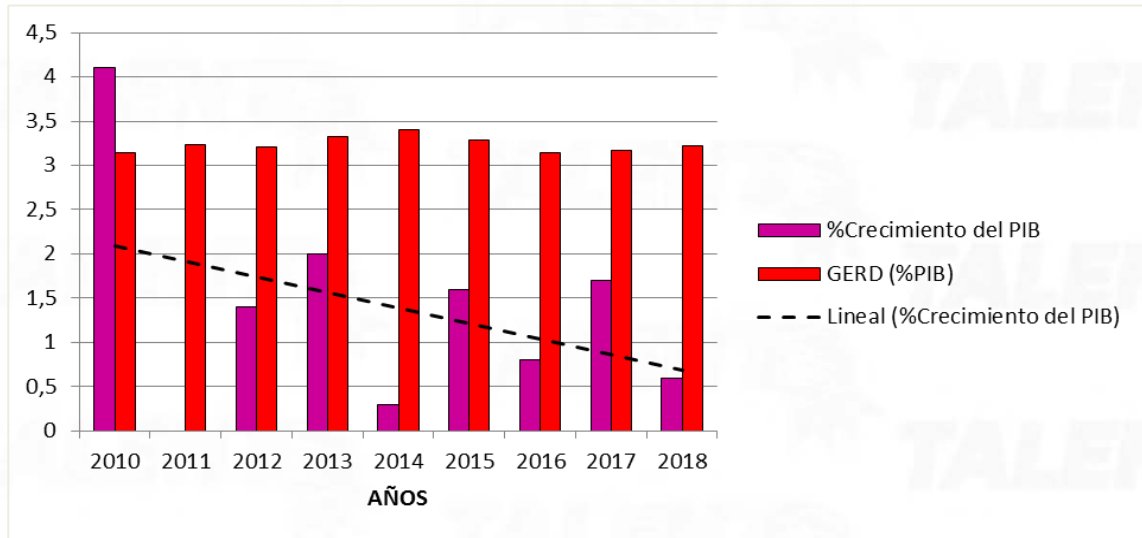


Elaboración propia. Fuente: Banco Mundial y EUSTAT (2023).

**Nota:** El indicador para el año 2011 no provee data del porcentaje de crecimiento del PIB.

Excluyendo el periodo de tiempo de abruptos del PIB cada dos años en condiciones normales (véase en el gráfico 1 los incrementos más significativos de los años 2013, 2015, 2017), y por ende en decrecimientos a su vez cada dos años.

**Gráfico 7. Crecimiento del PIB y GERD como porcentaje del PIB de Japón para el periodo 2010-2018**



Elaboración propia. Fuente: Banco Mundial y EUSTAT (2023).

Aun así, al dejar de lado los años del COVID-19 la tendencia a la baja del PIB sigue siendo perceptible, aun cuando los niveles de GERD se mantuvieron (Gráfico 7). En caso de tomar la década completa, se puede decir que para este periodo de tiempo se tiene en promedio un decrecimiento del PIB de 0,78%; donde el menor valor sin duda se encuentra en el año 2014 con un -4,3% de decaimiento, mientras que el crecimiento que más se aprecia fue en el 2010 con un 4% (dada la falta del indicador para el año 2011). Para este punto, ya EEUU y Japón muestran comportamientos contrarios ante el

proceso de filtración, por tanto el desempate lo dictaminó Corea del Sur.

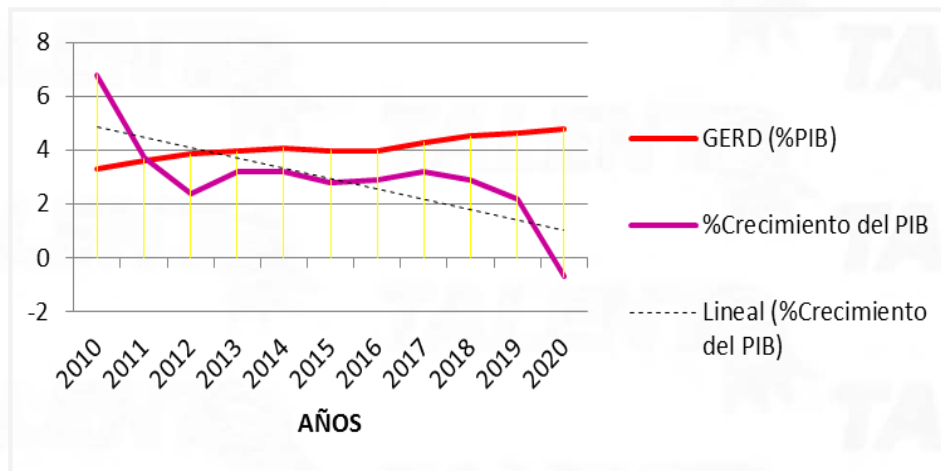
**Corea del Sur**

Corea del Sur fue uno de los tigres asiáticos influenciado por Japón para la década de los 50’s. Desde ese momento, los patrones de avance son copiados y mejorados del ganso líder por los países vecinos (haciendo referencia al modelo del vuelo del ganso mencionado en la sección dedicada a Japón). El avance en conjunto de este tipo de culturas se basó en la comunicación y en la división de trabajo especializado para cada uno de los países que conforman la zona de Asia; entorno a sus

estrategias, su progreso fue en conjunto. Por ende, las relaciones comerciales aun cuando pueden y

cambien con el tiempo, siguen siendo consideradas interdependientes entre sí.

**Gráfico 8. Crecimiento del PIB y GERD como porcentaje del PIB de Corea del Sur para el periodo 2010-2020**



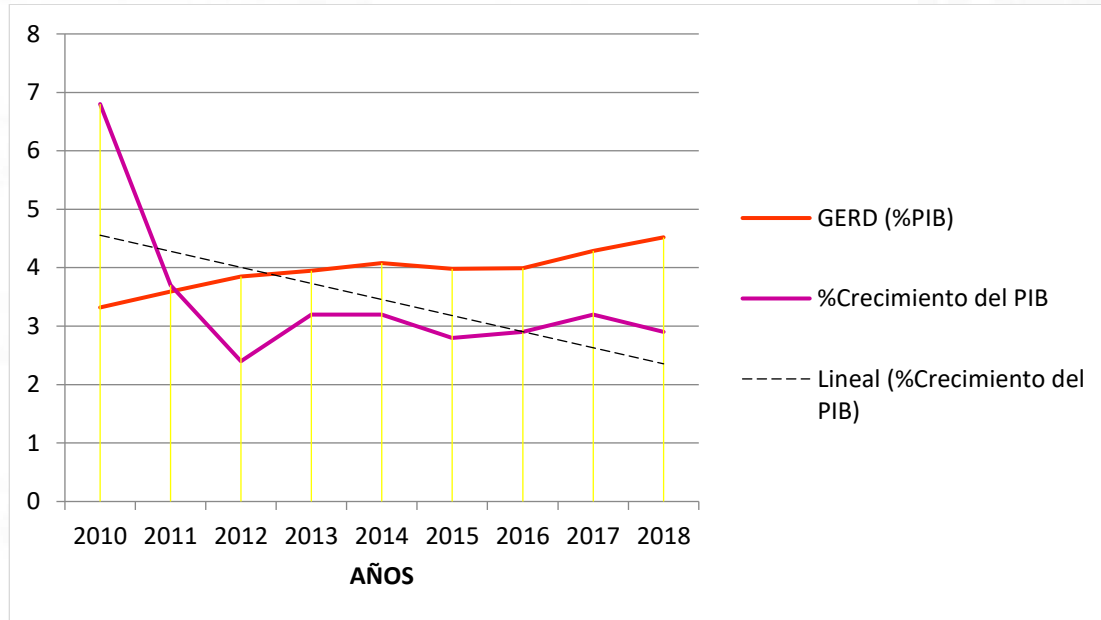
Elaboración propia. Fuente: Banco Mundial y EUSTAT (2023).

Para el periodo de tiempo objeto de estudio el comportamiento del PIB porcentual pareciera ir en decaimiento con respecto a un GERD relativamente constante, aun cuando se dejan de lado los años 2019-2020 (Gráfico 8 y 9). En caso de ver los valores de manera individual, al igual que Japón el mayor

crecimiento del PIB se vio para el año 2010 con 6,8%. Para el 2011 aproximadamente el PIB aumentó tanto como el Gasto Interno en I+D. Es decir, por cada GERD como porcentaje del PIB se realizaba, en más o menos esa cuantía crecía su PIB.



**Gráfico 9. Crecimiento del PIB y GERD como porcentaje del PIB de Corea del Sur para el periodo 2010-2018**



Elaboración propia. Fuente: Banco Mundial y EUSTAT (2023).

No obstante, en adelante se ve un descenso persistente aun cuando la data es sometida al proceso de filtrado. Aun así, Corea del Sur muestra invertir en I+D de manera ascendente año tras año, con leves aumentos pero sostenidos en el tiempo. Su mayor descenso del PIB se registra para el 2012 con un 2,4%, sabiendo que para el año 2011 era de 3,7%, y que para el 2010 de un 6,8%. Siendo este un descenso pronunciado para los primeros tres años. Globalmente, hasta ahora a los efectos de los países objeto de estudio se vio la relación entre el Gasto en I+D y los cambios en sus respectivos PIB, en adelante se

exploraran el resto de beneficios inducidos positivos que traen consigo la I+D.

### Efectos inducidos

El círculo virtuoso que defienden muchos autores de la I+D hace referencia a un crecimiento endógeno sostenible capaz de alcanzar el desarrollo y progreso social de los países. Aun cuando los efectos en la menor medida sean solo contribuyentes al crecimiento económico, el mismo resulta indispensable a la hora de traducirse en bienestar y calidad de vida. Fuertes, E., Plou, P., y Gómez, C. (2017. párr. 9-11), explica un patrón que si bien no

siempre se cumple, es medio para un fin cada uno de sus escalones,

- El crecimiento económico permite que la población disponga de mayores recursos personales, y al aumentar la demanda de bienes y servicios crece el consumo, lo que produce una actividad económica expansiva.
- El crecimiento económico conduce al progreso colectivo.
- El progreso incrementa los niveles de seguridad y bienestar de la población, que consigue mejorar su nivel de vida.

Estas variables cambian las expectativas a su vez de inversionistas extranjeros, que buscan estructuras financieras confiables con estabildades sostenibles en el tiempo para así generar lazos comerciales. Es importante resaltar que cuando las reglas del juego cambian, la sociedad lo hace también; condiciones de vida desfavorables promueven actos como el soborno, abuso de autoridad, fraudes, influencias perjudiciales para las ramificaciones de los cargos más

bajos en los diferentes sectores del país, desigualdad, pobreza.

Todo ello deja ver, la influencia que tiene el estancamiento y /o el crecimiento económico en los aspectos sociales, políticos, culturales y legales. Prueba de esto es la famosa Ley de Okun, un trabajo de observación empírica de los años 1950 en Estados Unidos, donde se estableció un patrón de correlación inversa entre la tasa de desempleo y el crecimiento económico. Aun cuando el trabajo es una aproximación que depende de múltiples variables, en la mayoría de los casos muestra que un ciclo expansivo de la economía de un país crea puestos de trabajo dado los nuevos niveles productivos, y por tanto la tasa de desempleo se ve disminuida (siempre y cuando la tasa de desempleo oscile entre 3 y 7,5%).

En sí, lo resaltante de todo esto es lo que se pudiese llegar a obtener una vez que un país opta por la investigación y desarrollo como herramienta para la producción de cambios directos e indirectos en los múltiples estratos; aun cuando es un resultado inducido por una empresa de forma inesperada (innovación), este puede

desencadenar externalidades positivas que se esparcen al resto de la economía y de la sociedad.

### **Reflexiones finales**

La I+D es uno de los caminos para el crecimiento económico que han escogido Estados Unidos, Japón y Corea del Sur. Para el periodo 2010-2020 el comportamiento tanto de Japón como de Corea del Sur ha sido similar, ambos países muestran una relación inversa entre el Gasto Interno en I+D y el crecimiento del PIB, más sin embargo EEUU tras omitir los años de la pandemia del COVID-19 mostró una relación positiva para la década entre estas variables. El porcentaje de crecimiento en promedio para el PIB estadounidense es de 2,5%, mientras que su Gasto en Investigación y Desarrollo como porcentaje de su PIB en promedio es del 3,1%.

Cabe mencionar que tanto EEUU como los países asiáticos objeto de estudio muestran tener un comportamiento cíclico de al menos cada dos años de crecimientos del PIB y decrecimientos, con un GERD relativamente constante. Entorno a estos resultados sería impreciso decir que la inversión en Investigación y Desarrollo no promueve

el crecimiento económico, debido a que tanto Japón como Corea del Sur pertenecen al continente asiático, por tanto más que su Producto Interno Bruto habría que estudiarse otras fluctuaciones que estén afectando la dinámica económica de estos países con relaciones de interdependencia.

De modo que se recomienda la adición de otras variables en caso de estudiar estas potencias que trabajan en conjunto y al mismo tiempo, expandir la muestra con países con dinámicas de trabajo diferentes para conocer si existe un patrón. En este orden de ideas, es necesario recordar que la clave para que los países experimenten crecimiento económico son las estructuras internas que estos poseen, ya que por medio de las condiciones político-económicas, sociales e inclusive culturales es que se crean los ambientes propiciadores y multiplicadores del crecimiento económico.

Como última observación, se recuerda que en los datos recopilados de los PIB los daños causados al medio ambiente o a la sociedad no se incluyen, por tanto se desconoce el costo social del crecimiento económico para saber si

existe un desarrollo persé; y en caso de existir un crecimiento económico, ¿en cuánto tiempo se recuperarían las pérdidas ambientales y sociales producto del mismo?

### Referencias

Banco Mundial. “Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB)”. *Indicadores de Desarrollo Mundial*, World Bank Group, <https://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?locations=VE>.

BBC Mundo (2014). ¿Qué es el G-20 y por qué importa?. Fuente: [https://www.bbc.com/mundo/lg/economia/2009/03/090317\\_1530\\_g20\\_mes#:~:text=El%20G20%20es%20el%20grupo,re%C3%BAne%20a%20jefes%20de%20Estado](https://www.bbc.com/mundo/lg/economia/2009/03/090317_1530_g20_mes#:~:text=El%20G20%20es%20el%20grupo,re%C3%BAne%20a%20jefes%20de%20Estado) (consultado el 22-06-22).

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (s/f). Ciencia, tecnología e innovación: institucionalidad en Estados Unidos. Fuente: [https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/14628/1/20125795030105\\_GRID\\_03\\_05\\_2012\\_BH](https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/14628/1/20125795030105_GRID_03_05_2012_BH)

\_RR\_CIENCIA%20TECNOLOG%C3%8DA%20ESTADOS%20UNIDOS\_Evaluado.doc.

FUERTES ENRIQUE, PLOU PABLO Y GÓMEZ CARLOS (2017). **Desarrollo humano desde la perspectiva del crecimiento**. Universidad del Zulia. pp. 81-97.

Instituto Nacional de Estadística (s/f). Definiciones: Investigación y desarrollo experimental (I+D). Métodos y proyectos/ Glosario de conceptos. Fuente: <https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=4730&op=30058&p=1&n=20> (consultado el 22-06-22).

Ley del Impuesto sobre Sociedades 27/2014, de 27 de noviembre, por la cual se establecen las bases imponibles a las sociedades españolas. *Boletín Oficial del Estado*, 288, de 28 de noviembre de 2014.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2014-12328&tn=1&p=20181229#a35>.

SACHS, JEFFREY Y LARAÍN FELIPE (2013). **Macroeconomía en la economía global**. 3ra. Edición. Educación en Chile. ISBN versión digital • 978-956-343-508-5.



## **ELECTRONIC COMMERCE: A VIEW FROM THE VENEZUELAN TAX SYSTEM**

Marianny Castillo  
Mary Molina  
Lisbeth Rodríguez

### **Summary**

The digital era has revolutionized the way we do business, giving rise to numerous forms of selling goods and services, facilitating processes and providing consumers with the possibility of getting anything they need, through electronic commerce. The purpose of this article is to analyze the tax contribution of electronic commerce in Venezuela. The methodology orientation responds to descriptive research that consists of three parts: first, analyze the characteristics of electronic commerce in Venezuela, second, describe the Venezuelan National tax system and, finally, examine the taxes applicable to electronic commerce in the country. Obtaining the conclusion that VAT, ISLR and IGTF are applicable taxes for this activity and that our system has certain weaknesses with regard to tax collection thereof. Keywords: electronic commerce, tax, tax system.

## **EL COMERCIO ELECTRÓNICO: UNA MIRADA DESDE EL SISTEMA TRIBUTARIO VENEZOLANO**

### **Resumen**

La era digital ha revolucionado la manera de hacer negocios, dando paso a numerosas formas de venta de bienes y servicios, facilitando los procesos y proporcionando a los consumidores la posibilidad de conseguir cualquier cosa que necesiten, a través del comercio electrónico. El propósito de este artículo es analizar el aporte en materia tributaria del comercio electrónico en Venezuela. La orientación metodológica responde a una investigación descriptiva que consta de tres partes: primero, analizar las características del comercio electrónico en Venezuela, segundo, describir el sistema tributario Nacional Venezolano y, por último, examinar los tributos aplicables al comercio electrónico en el país. Obteniendo como conclusión que el IVA, el ISLR y el IGTF son impuestos aplicables para esta actividad y que nuestro sistema posee ciertas debilidades en lo que respecta a la recaudación tributaria de la misma.

**Palabras clave:** comercio electrónico, tributo, sistema tributario.

### **Introducción**

El comercio electrónico se ha convertido en una parte indispensable del mercado minorista global. Y es que

durante la pandemia del COVID-19, internet fue el único medio a través del que muchas empresas pudieron seguir

generando ingresos. Asimismo, fue la forma que los consumidores tuvieron para acceder a determinados artículos. Esta situación provocó grandes cambios en nuestros hábitos de consumo y estilo de vida, dando paso al crecimiento del comercio electrónico. En este sentido, se convierte en un importante tema de análisis los procedimientos empleados por las entidades para hacer uso del comercio electrónico como mecanismo de compra y venta, abordar los aspectos importantes que caracterizan a este fenómeno y mostrar hasta qué punto el marco legal tributario garantiza gravar la obligación correspondiente que se genera de estas operaciones electrónicas, para así poder cumplir con el objetivo de la tributación, siendo esta un pilar fundamental en la economía nacional.

### **TRANSACCIONES FINANCIERAS**

Una transacción, según la Real Academia Española, es definida simplemente como un trato, convenio o negocio. Cuando se habla de transacción financiera, es apropiado decir que este pacto o convenio antes mencionado es un intercambio entre un

vendedor y un comprador, con la peculiaridad de que el primero de ellos ofrece un bien o servicio a cambio de un dinero determinado. Es decir que es todo tipo de operación en la que se paga con dinero por adquirir algún bien o servicio.

Todo tipo de transacción es una evolución del trueque antes realizado por nuestros ancestros, ya que se intercambian productos, pero se considera su valor, conocido como el precio, donde uno de estos productos es el dinero, utilizado para adquirir otros bienes y de esta mantener el equilibrio en el círculo económico de la sociedad.

Dicha evolución, ha continuado a través del tiempo, y es que, con el uso de internet y el crecimiento de la era digital, el modo de realizar transacciones financieras también ha cambiado, tal como la forma de adquirir y cancelar bienes y servicios para cubrir las necesidades del consumidor de manera digital, conocido mayormente como el comercio electrónico.

## COMERCIO ELECTRONICO

El comercio electrónico es referido a la venta de productos o servicios a través de plataformas tecnológicas, tal y como lo explica Dubuc (2020).

...a través del comercio electrónico se puede comercializar cualquier tipo de bienes y servicios imaginables e inimaginables, inventados o por inventarse, lo cual se hace relevante al momento del posicionamiento en el mercado por parte de la organización, tomando en cuenta que éste se encuentra cada vez más competitivo, con clientes aún más exigentes que quizás años anteriores, quienes buscan un servicio eficiente, rápido y seguro. (Pág. 1)

De esta manera, el comercio electrónico se ha convertido en una pieza clave dentro de las transacciones financieras, puesto que ha contribuido en gran medida a su evolución. Por esta razón se observa al comercio electrónico como una herramienta fundamental en la economía, ya que la misma permite el acceso de bienes y/o servicios para cubrir las necesidades que se le pueden presentar al consumidor.

Ahora bien, una de las características más relevantes del comercio electrónico en Venezuela, es la accesibilidad ya que aun con los desafíos económicos y tecnológicos, el acceso a Internet y la utilización de dispositivos electrónicos ha aumentado significativamente. Asimismo, otras características que podemos mencionar son el crecimiento y la seguridad. Siendo el primero impulsado en gran parte por la pandemia y la necesidad de adaptarse a las restricciones de movilidad y las medidas de distanciamiento físico.

Por otro lado, a pesar de que existen medidas de seguridad en línea, la percepción general de los consumidores venezolanos sobre la seguridad en línea puede ser un obstáculo para el crecimiento del comercio electrónico. A pesar de que se cree que el comercio electrónico se ha dado de un momento a otro, la realidad es que no es así, pues la evolución del mismo se ha dado a través de la aparición de nuevas fuentes y herramientas tecnológicas, las que han sido y son de utilidad para ofrecer y vender de forma variada sus productos y servicios.

Esta evolución se ha generado gracias al entendimiento de la importancia de modernizar los procesos de compra y venta para las personas, así como también la posibilidad de llegar de manera directa e inmediata al mayor número de personas, tal y como se realizó durante la pandemia del COVID 19.

Respecto a los cambios presentados por el Covid-19 según un estudio realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Caracas (2021) destaca:

De los sectores que experimentaron un rápido crecimiento del comercio electrónico fueron los supermercados y las farmacias, sin embargo, otros comercios que no estaban autorizados a abrir sus puertas durante el esquema de cuarentena por la pandemia del Covid-19, protagonizaron el vuelco al comercio electrónico. Tiendas de celulares, electrodomésticos, videojuegos y hasta comercios de muebles para el hogar como sillas o escritorios son apenas algunos de las que se estrenaron en las ventas digitales este año (pág. 4).

Un claro ejemplo de ello fue la adopción del comercio electrónico en los negocios de comida y establecimientos venezolanos, transformando la manera de vender de forma presencial solo a domicilio, a través de sus redes sociales, lo que implicó un cambio en su logística, presentación de menús, entre otros. Por esta misma razón, también se evidenció un aumento significativo del uso de las redes sociales, así como la suma de nuevos usuarios a dichas plataformas.

Evidentemente, resulta fundamental la adaptación de nuevas políticas en distintos ámbitos, algunos de ellos han sido de manera fiscal y tributaria, siendo este relevante debido a la cantidad de transacciones financieras que se realizan mediante comercio electrónico, de modo que el sistema tributario venezolano se convierte en un eje central para el estudio.

## **SISTEMA TRIBUTARIO VENEZOLANO**

El sistema tributario tiene como principal objetivo la recaudación de los tributos que son originados por los contribuyentes, esto lo realiza mediante técnicas implementadas por



el Estado que le permitan realizarlo de forma eficaz y objetiva, con el fin de garantizar que la recaudación de los tributos de manera justa y efectiva. Asimismo, se puede definir un tributo como un ingreso que percibe el Estado y que se usa para la satisfacción de distintas necesidades de la administración Pública

En el transcurso de los años dicho sistema se ha adaptado a distintos cambios surgidos a lo largo de la historia, un ejemplo de ello fue cuando en el año 1989 se presentó como propuesta introducir una Ley para la fiscalización del Impuesto al Valor agregado, esto debido a nuevos escenarios que se presentaban en la nación. Posteriormente, se han dado muchos otros cambios gracias a la transformación del panorama nacional, lo que dio paso a distintas reformas tributarias.

Para el año 1994 se crea el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), mediante Decreto Presidencial Número 310. Dentro de sus objetivos fundamentales se encuentran la recaudación de los impuestos, tasas y

contribuciones fiscales establecidos por la ley, fortalecer la transparencia y eficiencia en la gestión tributaria y aduanera, reducir la evasión fiscal que se presentaba, así como la consolidación de las finanzas de la administración pública.

El SENIAT en ejercicio de la competencia que le corresponden sobre la potestad tributaria nacional, tiene bajo su jurisdicción los siguientes impuestos: impuesto sobre la renta, impuesto al valor agregado, impuesto sobre sucesiones, impuesto sobre donaciones, impuesto sobre cigarrillos y manufacturas del tabaco, el impuesto sobre licores y especies alcohólicas y el impuesto sobre actividades de juegos de envite y azar.

De este modo está fundamentado en los principios constitucionales de legalidad, progresividad, equidad, justicia, capacidad contributiva, no retroactividad y no confiscación. Este sistema distribuye la potestad tributaria en tres niveles de gobierno: nacional, estatal y municipal. A nivel estatal y municipal los impuestos más comunes son el impuesto de patente de industria y comercio (PATENTE), que se aplica a todas las actividades comerciales, y

el impuesto sobre Inmuebles Urbanos (ISIU), que se aplica a la propiedad inmobiliaria.

### **TRIBUTOS APLICABLES AL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA**

En Venezuela no existe una norma que de forma explícita regule lo referente al comercio electrónico, pero esto no significa que no se encuentre regulado, existen leyes o normativas que se aplican para controlar esta actividad. De modo que, todos los comerciantes que operen de forma online al igual que aquellos comerciantes tradicionales, deberán emitir facturas. La actividad realizada por aquellos que dispongan de un comercio electrónico está sujeta al Impuesto al Valor Agregado (IVA) como al Impuesto Sobre la Renta (ISLR) y el Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (IGTF).

Uno de los tributos que cumple las especificaciones necesarias para ser gravado en el comercio electrónico es el Impuesto al Valor Agregado el cual recae sobre el consumo, gravando las prestaciones de servicios efectuadas por empresarios o profesionales, las

adquisiciones de bienes y las importaciones de bienes. En opinión de García (2002):

La tributación por IVA de estas operaciones es asimilable al comercio tradicional, por ello se debe distinguir entre las prestaciones de servicios y la entrega de bienes, también resultarán aplicables las reglas sobre admisiones intra comunitarias, importaciones e incluso los regímenes especiales. (p. 38)

Es necesario resaltar que, a pesar de que el comercio electrónico ofrece modalidades distintas para tratar el intercambio comercial, debe cumplir con las obligaciones que la ley establece de igual forma, ya que los objetivos son los mismos cuando se trata de operaciones de comercio tales como compra-venta.

En el marco que rige la Ley del IVA (2014), en su artículo 5 son considerados contribuyentes ordinarios de este impuesto los importadores habituales de bienes, los industriales, los comerciantes, los prestadores habituales de servicios y, en general, toda persona natural o jurídica que como parte de su giro, objeto u ocupación realice las actividades,

negocios jurídicos u operaciones que constituyen hechos imponibles de conformidad con el artículo 3 de esta Ley.

De acuerdo a las disposiciones antes mencionadas, independientemente de la naturaleza en la que ocurra el acuerdo comercial, bien sea por comercio electrónico indirecto o venta directa, es que nace el hecho imponible. Por consiguiente, nace la obligación al contribuyente de ser una operación gravada para ese tipo de impuesto.

Como ya se ha mencionado anteriormente, el tratamiento de la imposición tributaria es obligatorio para todo acto de comercio que incurra en su hecho imponible, por ello cabe destacar que una situación de hecho se encuentra en el comercio electrónico el cual maneja cuantiosos ingresos comerciales que debe tributar al fisco, de acuerdo al país donde se realice la transacción.

En este orden, la providencia que establece las normas generales de emisión de facturas y otros documentos de Gaceta Oficial N° 38.997 en su capítulo II referente a los medios de emisión establece en su artículo 6 los

sujetos que deben emitir las facturas y las notas de débito y de crédito, a través de: formatos elaborados por imprentas autorizadas por SENIAT, sobre formas libres elaboradas por imprentas autorizadas por el mismo ente, así como también mediante Máquinas Fiscales, la adopción de cualquiera de estos medios queda a libre elección de los contribuyentes.

A partir de los artículos expuestos se encuentra que SENIAT es el ente encargado de dictar las normas que establecen los requisitos, formalidades y especificaciones que deben cumplirse en la impresión y emisión de las facturas, y demás documentos que se generen conforme a lo previsto en esta Ley. También podrá autorizar el uso de medios distintos a los que se refiere el artículo 6, dando cabida a la autorización de la emisión de factura electrónica.

Es evidente la adopción y adaptación que se ha venido abocando en materia jurídica en Venezuela para dar cumplimiento a un requerimiento de avances económicos y sociales como lo es el comercio a través de medios tecnológicos, así como también la necesidad de un medio que oriente,

resguarde y posibilite el camino de relaciones efectivas en el que se cumpla con lo que establece la Ley. Es por ello que el Servicio Nacional de Administración Aduanera y Tributaria es el ente primeramente capacitado para asumir este rol.

Cuando se habla del comercio electrónico en Venezuela, en relación a su contribución tributaria lo más relevante es la facturación, debido a que no existe una factura determinada para esta actividad. Muy pocas empresas tienen la autorización del SENIAT para poder emitir facturas electrónicas, siendo las empresas autorizadas aquellas que presten servicios masivos tales como los servicios de agua o electricidad. Por tanto, el resto de empresas dentro del e-commerce deberán enviar facturas físicas junto con el producto vendido, tal y como ocurre en el comercio tradicional.

En tal sentido, el Código Orgánico Tributario (COT), publicado en la Gaceta Oficial Extraordinaria Nro. 6.507, de fecha 29 de enero de 2020, en su artículo 99 respecto a la facturación establece que es una obligación emitir, entregar o exigir

comprobantes y conservar facturas y otros documentos, su omisión e incumplimiento originaría un ilícito tributario, por tanto, una multa, sanción o cierre temporal de su actividad económica.

En este orden de ideas, el artículo 101 del COT, establece que será motivo de sanción: no emitir facturas u otros documentos obligatorios o emitirlos en un medio no autorizado por las normas tributarias, utilizar simultáneamente más de un medio de emisión de facturas y otros documentos, salvo los casos establecidos en las normas tributarias, así como no exigir a los vendedores o prestadores de servicios las facturas u otros documentos de las operaciones realizadas, cuando exista la obligación de emitirlos.

De la misma manera, entre las sanciones establecidas en el Código Orgánico Tributario está la clausura de 10 o 5 días continuos de la oficina, local o establecimiento relacionado con el ilícito. Depende de la norma transgredida, también establecerán una multa equivalente a 300, 150, 100, 10 o 5 veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor, publicado por el Banco Central de Venezuela.



Hay que mencionar, que existiendo la autorización de emisión de facturas electrónica dentro del e-commerce, esta actividad daría un gran salto beneficiando a cada uno de sus participantes, ya que se beneficia el Estado al controlar la evasión, el impuesto y regula el mercado. Gana el comerciante porque adquiere seguridad, cumpliendo con sus deberes formales y también el comprador porque tiene una garantía de su compra.

Dentro de este orden de ideas Briceño, Duran y Montilla (2021), señalan:

Se percibió la falta de seguridad en cuanto a lo que involucra este tipo de empresa, puesto que no existen documentos o información precisa de las obligaciones a las que están sujetas, la correcta emisión de las facturas, tickets y documentos equivalentes a la compra y venta de productos. De la misma manera se pudo identificar la inexistente entrega de facturas a los consumidores valiéndose de que las ventas se realizan vía electrónica, y por tanto incurre en el indebido registro contable, lo que lleva a objeto de duda la existencia de la debida documentación legal que

respalde a la compañía a la hora de una fiscalización (p. 6).

En función de lo planteado se genera una inseguridad respecto a lo declarado por las empresas, lo que ocasiona un impacto negativo en la renta fiscal, dando paso así a múltiples irregularidades para la recaudación de impuestos. Debe señalarse que existe también una deficiencia en cuanto a los instrumentos educativos en parte tributaria, resultando necesario la capacitación para la población sobre la tributación del comercio electrónico ya que, el desconocimiento en el área puede ocasionar alteraciones por parte de quienes ejecutan la actividad y así ser afectados los beneficiarios.

Por otra parte, otro tributo imputable al comercio electrónico es el Impuesto Sobre La Renta que debe pagarse y declararse obligatoriamente al estado, dentro de los tres primeros meses del año. Dicho tributo es calculado en base a los rendimientos, ganancias o pérdidas patrimoniales del contribuyente, es decir, que mide de manera directa la capacidad contributiva de acuerdo a las circunstancias del mismo, dentro del año fiscal anterior. La cantidad a

cancelar al Fisco nacional es calculada en base al valor referencial impuesto por el ejecutivo nacional, el cual es la unidad tributaria (UT).

En Venezuela, la Ley de ISLR es aplicable al comercio electrónico ya que según lo establecido en su artículo 9, todas las personas naturales o jurídicas que obtengan ingresos en el país, ya sea de forma presencial o a través de medios electrónicos, están sujetas al pago del impuesto sobre la renta. El comercio electrónico se considera una actividad económica y los ingresos generados a través de esta modalidad están sujetos dicha declaración. Incluyendo tanto a los vendedores individuales como a las empresas que realizan ventas en línea. Adicionalmente, es atribuible al comercio electrónico el impuesto a las grandes transacciones financieras (IGTF) el cual, es aquel que grava el ahorro, la bancarización y la intermediación financiera, es decir, es un impuesto directo y regresivo ya que, sobre la base de circulación de dinero y las extinciones de deudas, grava la riqueza, el mismo no guarda relación con la renta del contribuyente,

incidiendo en mayor proporción en las personas con menor poder adquisitivo. De acuerdo a lo establecido en el artículo 4 de la Ley de Impuestos de las Grandes Transacciones Financieras publicada en Gaceta oficial Extraordinaria N° 6.687, se considera contribuyente de este impuesto a toda persona jurídica que realiza pagos por cuenta de ellas con cargo a su cuenta de banco u otras instituciones financieras, así como también aquellas que realicen pagos en moneda distinta a la del curso legal del país por lo que el comercio electrónico puede considerarse dentro de los contribuyentes a este tributo.

En el comercio venezolano, los pagos en moneda extranjera también han tomado gran protagonismo, esto, debido a los altos índices de inflación y la poca estabilidad de la moneda local, por lo que es común las transacciones realizadas bajo esta modalidad de pago. El comercio electrónico no escapa de esta realidad, ya que gran cantidad de sus operaciones son bajo este sistema de pago.

### Cuadro comparativo de los tributos aplicables al comercio electrónico

Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Impuesto sobre la renta (ISLR)	Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (IGTF)
<p>El IVA en el comercio electrónico se aplica de igual forma que en las transacciones tradicionales. Toda entidad o persona que realice ventas mediante plataformas digitales están obligadas a cobrar y declarar el IVA que corresponde a sus ventas.</p> <p>Cabe resaltar que el comercio electrónico ha experimentado grandes crecimientos en Venezuela, esto se debe principalmente a la crisis económica que ha enfrentado el país, así como a la pandemia del COVID-19. El aporte del comercio electrónico al sistema tributario mediante el IVA es de gran importancia, ya que contribuye a la recaudación de fondos para el Estado, permitiéndole financiar sus actividades y programas.</p>	<p>El ISLR en Venezuela, es un tributo que grava los ingresos obtenidos por las personas naturales y jurídicas residentes en el país. En el caso del comercio electrónico, este impuesto también se aplica a las ventas realizadas a través de plataformas digitales.</p> <p>Mediante el ISLR, el comercio electrónico en Venezuela contribuye a la equidad fiscal, ya que todas las personas y empresas que generan ingresos están obligadas a pagar impuestos, sin importar el medio por el cual realicen las transacciones. El cumplimiento tributario en el comercio electrónico es fundamental para asegurar el correcto funcionamiento del sistema fiscal de país.</p>	<p>El IGTF es un tributo que se aplica a las operaciones de compra y venta de títulos valores y otros instrumentos financieros, así como a las transferencias de fondos entre cuentas bancarias.</p> <p>Dentro del comercio electrónico, este impuesto puede tener un cambio significativo en las transacciones financieras realizadas a través de plataformas digitales, es decir, las empresas o personas que realicen transacciones financieras de gran volumen o valor a través del comercio electrónico, pueden estar sujetas al pago de este impuesto. El IGTF tiene un gran impacto en el comercio electrónico en Venezuela, contribuyendo a la recaudación de fondos para el Estado, pudiendo afectar la dinámica de las transacciones de gran valor.</p>

### REFLEXIONES FINALES

Al realizar esta investigación, hemos analizado como tributos atribuibles al comercio electrónico el impuesto al valor agregado (IVA), el impuesto sobre la renta (ISLR), y el impuesto a las grandes transacciones financieras (IGTF). Se observa que el comercio electrónico puede considerarse que posee las características que lo incluyen dentro de los hechos imposables que lo componen. En este sentido, los

comerciantes en línea tienen la obligación de registrar su negocio en el SENIAT y presentar periódicamente sus declaraciones de impuestos.

En definitiva, lo más resaltante dentro del comercio electrónico y su relación con el sistema tributario venezolano es la facturación, ya que no existe una factura determinada para dicha modalidad de comercio, sin embargo, aquellas empresas no están autorizadas a emitir facturas

electrónicas, deberán emitir facturas físicas, siendo entregadas junto al producto vendido. Así pues, es el Código Orgánico tributario quien establece que es obligación emitir, entregar o exigir comprobantes y conservar facturas y otros documentos, no hacerlo originaría un ilícito tributario. También establece las sanciones por el incumplimiento de la norma.

Producto de las grandes brechas existentes en la economía venezolana, se ha ocasionado un fenómeno donde el emprendedor que ha decidido formar una empresa, sus operaciones y transacciones no se quedan en el país, sino que quedan fuera de Venezuela ya que reciben los pagos en cuentas americanas como por ejemplo “zelle”. Por lo que el estado no tiene forma de monitorear el comercio masivo y es lógico que cuando esto ocurra los empresarios del comercio electrónico, encuentren estas fallas y se sientan cómodos en esta modalidad de comercio informal, lo que eleva la probabilidad de evasión.

A raíz de lo expresado, resulta necesario nuevos mecanismos para la verificación y control de las transacciones financieras en materia de comercio electrónico, que permita obtener de manera más detallada y con la documentación correspondiente de las mismas, la declaración del tipo de comercialización antes señalado, siendo esta una de las primeras debilidades del sistema tributario venezolano.

## REFERENCIAS

- Briceño, C. Duran, Y. Montilla A (2021) Aplicación de la ley del impuesto al valor agregado en las operaciones de comercio electrónico. [Artículo en línea] Disponible:  
<https://www.redalyc.org/journal/631/63169773001/html/>
- Cámara venezolana de comercio electrónico (s.f). Cavecom-e. Disponible en:  
<https://cavecom-e.org.ve/>
- Código Orgánico Tributario. (2020). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N.º 6.507, extraordinario. Art. 13, 14, 99, 101, 137, 141, 155, 183, 189, 193, 195, 197. 29 de enero de 2020. (Venezuela)



- Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N.º 5.453. Art 317. 30 de diciembre de 1999. (Venezuela)
- Cuyás, J. Blanco, F. Oficina Económica y Comercial de la embajada de España en Caracas (2021). El comercio electrónico en Venezuela 2021. ICEX España Exportación e Inversiones. [Revista en línea] <https://Venezuela.oficinascomerciales.es> García, Y. (2002). *La tributación indirecta del comercio electrónico en la Unión Europea. Imposición al valor agregado (IVA) en Venezuela*. Torino
- Dubuc, A (2020) Tratamiento legal del comercio electrónico en Venezuela: Un llamado hacia la actualización. [Artículo en línea] Disponible: <https://cienciamatriarevista.org/ve/index.php/cm/article/view/325/402#:~:text=Estos%20negocios%20surgieron%20con%20el,debido%20a%20una%20mala%20gesti%C3%B3n>
- Ley del Impuesto al Valor Agregado. (2014). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N.º 38.617. Art. 1, 3, 5, 14, 69. 17 de noviembre de 2014. (Venezuela)
- Reglamento General de la Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado (1999). Decreto N.º 206. Caracas, 9 de julio de 1999.
- Ley de Impuesto Sobre la Renta Gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6210 Extraordinario de fecha 30 de diciembre de 2015. Diciembre 30, 2015. Caracas

## **IMPORTANCE OF EFFECTIVE INTERNAL OPERATIONAL CONTROLS FOR ORGANIZATIONS**

Andrilexis Ochoa

### **SUMMARY**

The central purpose of this research is to understand the importance of the effectiveness of internal operational controls in organizations, since with these a control procedure integrated into the operational activities of a given organization is carried out, this contributes to the security of the accounting system. financial and administrative that establish and evaluate the procedures that allow the organization to carry out its objectives, detecting irregularities and errors. In organizations there are a variety of risks that must be addressed by establishing an adequate Internal Control System. These risks include operational, financial and reputational risks. Methodologically, this research is considered explanatory and is based on a review of texts and regulations. For the development of this study, the theoretical foundation of internal control and its objective will first be addressed. Secondly, the components of the internal control system will be analyzed and thirdly, the risks are described. It can be concluded that the implementation of an internal control system guarantees the success of organizations, thus preventing and optimizing risks and achieving more efficient financial and administrative management.

Keywords: internal control, operational effectiveness, procedures

## **IMPORTANCIA DE LA EFICACIA DE LOS CONTROLES OPERATIVOS INTERNOS PARA LAS ORGANIZACIONES**

### **RESUMEN**

La presente investigación tiene como propósito central comprender la importancia de la eficacia de los controles operativos internos en las organizaciones, ya que con estos se realizan procedimiento de control integrado a las actividades operativas de una determinada organización, esto contribuye a la seguridad del sistema contable, financiero y administrativo que fijan y evalúan los procedimientos que permiten que la organización realice sus objetos, detectando las irregularidades y errores. En las organizaciones existen una diversidad de riesgos que deben abordarse mediante el establecimiento de un adecuado Sistema de Control Interno. Estos riesgos incluyen riesgos operativos, financieros y de reputación. Esta investigación metodológicamente se considera explicativa y por cuanto se sustenta de revisión de textos y normativas. Para el desarrollo de este estudio primero se abordarán la fundamentación teórica del control interno y su objetivo. En segundo lugar, se analizarán los componentes del sistema de control interno y en tercer lugar se describen los riesgos. Se puede concluir que la implementación de un sistema de control interno garantiza el éxito de las organizaciones, de esta manera prevenir y optimizar riegos y lograr una gestión financiera y administrativa más eficiente.

Palabras clave: control interno, eficacia operativa, procedimientos.

## Introducción

Un Control Interno eficaz contribuye a la obtención de una óptima gestión, ya que genera beneficios para la administración de la organización, en todos los niveles, así como en todos los procesos, subprocesos y actividades donde se implementan. A nivel mundial las empresas y organizaciones han ido desarrollando diferentes estrategias que les permita obtener las metas establecidas y cumplir sus indicadores de logros; todos estos recursos se componen de procedimientos que son ejecutados en diferentes departamentos de la organización y van de la mano con la toma de decisiones.

El control interno es un esquema estructurado que permite al talento humano de una organización, mediante la orientación de la gerencia enfocarse en el logro de sus objetivos operativos y financieros; y una forma de control interno es la incorporación de manuales de normas y procedimientos.

En torno a lo planteado; así como es importante prevenir posibles declives en la compañía mediante un sistema de control interno, para tener un adecuado

funcionamiento en las actividades, diseñados para enfrentar los riesgos dar seguridad razonable, en la consecución de la misión de la entidad, y poder alcanzar los objetivos a través de una toma de decisiones acertada, esto garantiza el crecimiento del negocio, un manejo eficiente de la información y procedimientos, tanto en lo administrativo como en la operatividad.

## Control Interno

El control interno es una herramienta para la gerencia de una organización, la cual proporciona seguridad razonable, ayuda a la entidad a alcanzar sus objetivos, protegiendo sus activos, evitar posibles fraudes o pérdidas, asegurando información financiera confiable y oportuna, y velar que se cumplan las leyes y regulaciones de la empresa.

Chiavenato, (2004) Sistema de control interno significa, todas las políticas y procedimientos (controles internos) adoptados por la administración de asegurar, hasta donde sea factible la ordenada y eficiente conducción del negocio, incluyendo la adherencia a las políticas de la administración, la

salvaguarda de archivos, la prevención y detección de fraudes y errores, la exactitud e integridad de los registros contables y la oportuna preparación de la información financiera confiable (s/n).

Tal como lo indica el texto citado, el proceso de control interno permite prevenir a la organización de posibles riesgos empresariales, su eficiente aplicación reduce a un nivel aceptable la probabilidad de no cumplir los indicadores de logro de la empresa, para la consolidación de un control interno se deben cumplir ciertos pasos que garanticen la eficacia del procedimiento, entre ellas, orientar al personal hacia la ética e integridad profesional así como el sentido de pertenencia hacia la organización, esto para poder incorporarse a proyectos que estén dirigidos hacia el establecimiento y cumplimiento de metas institucionales que desarrollen las capacidades y talentos de los empleados del área mediante una evaluación constante de su gestión.

En este sentido, la empresa debe regirse por una estructura organizativa que indique la función de cada componente de la institución, su nivel de autoridad y los límites establecidos

para la ejecución de políticas institucionales que permitan el buen funcionamiento de la institución y el cumplimiento de objetivos. Las características de una organización pueden observarse a través del control interno que allí se emplea, porque a través de él, se fomenta la evaluación constante, el compromiso y la conciencia del personal que allí labora y el cumplimiento de las normas y políticas establecidas

### **Marco Integrado de Control Interno (COSO)**

El Informe COSO se trata de un documento contentivo de las principales directivas que permitan la implantación, gestión y control de un sistema de control; su publicación inicial data del año 1992 y ha gozado de una gran aceptación hasta la actualidad. Posterior a su versión inicial surgieron dos más COSO II en 2004 y COSO III En 2013; este informe fue diseñado para identificar los eventos que en un determinado momento pudieran constituir una amenaza para entidad y de esta manera brindar la seguridad administrativa y financiera que contribuya al logro de los objetivos



institucionales. En torno a esto Auditool (2017) comenta:

El Comité de organizaciones patrocinadoras de la Comisión Treadway (COSO, por sus siglas en inglés) presentó en 1992 la primera versión del Marco Integrado de Control Interno, que ha sido aceptado alrededor del mundo y se ha convertido en un marco líder en diseño, implementación y conducción de control interno y evaluación de su efectividad. El Comité tenía como principal objetivo definir un nuevo marco conceptual capaz de integrar las diversas definiciones y conceptos utilizados en el campo del control interno. (p.2)

De acuerdo con lo expresado en el texto anterior, COSO establece el marco conceptual para regirse en la administración de la organización, aportar mayor rentabilidad y rendimiento y por último concebir la organización como un trabajo en conjunto desde altos ejecutivos hasta el grupo de empleados donde se implemente una visión integral de la gestión, que brinde prioridad al cumplimiento de los objetivos. En cuanto a la modificación de 2004 el Committee of Sponsoring

Organizations of the Treadway Commission, publicó el Enterprise Risk Management – Integrated Framework y sus aplicaciones técnicas asociadas en el cual amplía el concepto de control interno, proporcionando un enfoque más extenso acerca del tema.

En mayo de 2013 el Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission realiza el lanzamiento de una nueva versión que aportara a las organizaciones un sistema de control interno efectivo y eficiente que favorezca la adaptación a los cambios en cuanto a factores como tomar de decisiones beneficiosas para la compañía, amenazas de riesgo y el máximo cumplimiento de los propósitos establecidos. La atención de este modelo está orientada al progreso del control interno en materia corporativa y de administración de los recursos de cualquier índole en organizaciones empresariales.

Según lo que establece el modelo COSO, el control interno es un proceso, ejecutado por el consejo directivo, la administración y otro personal de la entidad, diseñado para proporcionar seguridad razonable con miras a la

consecución de objetivos en las siguientes categorías, efectividad y eficacia de las operaciones, confiabilidad en la información financiera y cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

Es por ello que para el máximo desarrollo de un sistema de control interno efectivo es importante tomar decisiones firmes que aporten seguridad, eficiencia y confiabilidad financiera mediante el cumplimiento de reglamentos y normas establecidas. La actualización más reciente de COSO abarca cinco componentes que enmarcan todas las áreas de las empresas para obtener así un máximo desempeño organizativo; estos son: el entorno de control, la evaluación del riesgo, el sistema de información y comunicación, las actividades de control, y la supervisión del sistema de control.

### **Ambiente de control**

Las organizaciones deben tener dentro de su estructura políticas y procedimientos que reflejen los valores éticos de los altos niveles de la organización y la importancia que tiene para el control interno, entonces

podemos decir que el ambiente de control:

Consiste en el establecimiento de un entorno que se estimule e influencie la actividad del personal con respecto al control de sus actividades. Es la base de los demás componentes de control a proveer disciplina y estructura para el control e incidir en la manera como:

- Se estructuran las actividades del negocio.
- Se asigna autoridad y responsabilidad.
- Se organiza y desarrolla la gente.
- Se comparten y comunican los valores y creencias.
- El personal toma conciencia de la importancia del control.

Proporcionar valores, filosofía y políticas son fundamentales en la estructura de las organizaciones, ya que ayuda al personal a tener conciencia y compromiso con las actividades de control.

### **Evaluación de Riesgos**

Toda organización independientemente de su tamaño estructura o naturaleza, enfrentan riesgos en todos los niveles, lo cual

puede impactar su funcionamiento, por ello es importante realizar la evaluación de riesgo, la cual consiste en lo siguiente:

En la identificación y análisis de riesgos relevantes para el logro de los objetivos y la base para determinar la forma en que tales riesgos deben ser mejorados. Así mismo, se refiere a los mecanismos necesarios para identificar y manejar riesgos específicos asociados con los cambios, tanto los que influyen en el entorno de la organización como en su interior.

Realizar la evaluación de riesgo en las organizaciones es importante ya que te permite establecer los distintos escenarios y riesgos a los cuales se puede enfrentar y así estas preparados.

### **Actividades de Control**

Una manera de asegurarse de que se estén cumpliendo las directrices administrativas para lograr los objetivos planteados es a través de las actividades de control, ya que son aquellas que realiza la gerencia y demás personal de la organización para cumplir diariamente con las actividades asignadas. Estas

actividades están expresadas en las políticas, sistemas y procedimientos.

Es importante revisar que las actividades de control establecidas se cumplan ya que esto garantiza que la empresa alcance los objetivos.

### **Información y Comunicación**

Es uno de los elementos más esenciales del control interno. Están diseminados en todo el ente y todos ellos atienden a uno o más objetivos e control. De manera amplia, se considera que existen controles generales y controles de aplicación sobre los sistemas de información.

Este componente se refiere a los métodos empleados para identificar, reunir, clasificar, registrar e informar acerca de las operaciones de la entidad y para conservar la contabilidad de los activos relacionados.

### **Supervisión y Seguimiento**

En general, los sistemas de control están diseñados para operar en determinadas circunstancias. Claro está que para ello se tomaron en consideración los objetivos, riesgos y las limitaciones inherentes al control;

sin embargo, las condiciones evolucionan debido tanto a factores externos como internos, provocando con ello que los controles pierdan su eficiencia. Una referencia a esto es el trabajo de Angulo (2019) de la Universidad Hermilio Valdizan, Perú, en su artículo titulado Control interno y gestión de inventarios de la empresa constructora Peter Contratistas S.R. Ltda; quien como objetivo de determinar la relación entre el control interno y la gestión de inventarios de la empresa Constructora PETER Contratistas S.R. LTDA de la ciudad de Huánuco en el 2018.

Concluyendo que el control interno favorece la gestión de inventarios de la empresa Constructora PETER Contratistas S.R. LTDA., de la ciudad de Huánuco – 2019. La investigación deja en evidencia la importancia del control interno en la gestión de inventario, como una estrategia para cumplir los objetivos organizacionales lo cual genera un beneficio al mercado empresarial.

El control interno es un factor determinante y beneficioso para una empresa pues, facilita la conducción de

las actividades desarrolladas en una empresa y permite anticipar pérdidas, fraudes o cualquier situación de riesgo presentado en la organización. En torno a esto Ascencio et al. (2017) expresan; “mediante el desarrollo de un control interno, que permita la gestión del control de las operaciones, la comprensión de los procesos y teniendo en cuenta las externalidades que pueden favorecer o perjudicar las operaciones, es factible la consecución de los objetivos específicos de la empresa o institución”

El control interno se diseña, implementa y mantiene con la finalidad de responder a los riesgos de negocio identificados que amenazan la consecución de cualquiera de los objetivos de la entidad referidos a:

- La fiabilidad de la información financiera de la entidad;
- La eficacia y eficiencia de sus operaciones; y
- El cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias aplicables. La manera en que se diseña, implementa y mantiene el control interno varía



según la dimensión y la complejidad de la entidad.

### **La eficacia Operativa**

Cuando se implementan controles internos se debe evaluar la eficacia operativa de los controles relevantes en la organización, en la Norma Internacional de Auditoría (NIA) 315 establece la importancia de conocer la naturaleza de la empresa en particular sus operaciones, estructura de gobierno y propiedad, los tipos de inversiones que la entidad realiza o tiene previsto realizar el modo en que la entidad se estructura y la forma en que se financia para permitir al auditor comprender los tipos de transacciones, saldos contables e información a revelar que se espera encontrar en los estados financieros, tener esta información permite determinar si los errores son materiales y si el control interno implementado es eficiente y eficaz.

El cumplimiento del control interno en una empresa, por muy eficaz que sea, sólo puede proporcionar a la entidad una seguridad razonable del cumplimiento de sus objetivos de información financiera. La probabilidad

de que se cumplan se ve afectada por las limitaciones inherentes al control interno. Estas incluyen el hecho de que los juicios humanos a la hora de tomar decisiones pueden ser erróneos y de que el control interno puede dejar de funcionar debido al error humano.

### **Procedimientos de valoración del riesgo y actividades relacionadas**

- El auditor aplicará procedimientos de valoración del riesgo con el fin de disponer de una base para identificar y valorar los riesgos de incorrección material en los estados financieros y en las afirmaciones. No obstante, los procedimientos de valoración del riesgo por sí solos no proporcionan evidencia de auditoría suficiente y adecuada en la que basar la opinión de auditoría.
- Los procedimientos de valoración del riesgo incluirán los siguientes: Indagaciones ante la dirección y ante otras personas de la entidad que, a juicio del auditor, puedan disponer de información que

pueda facilitar la identificación de los riesgos de incorrección material, debida a fraude o error, Procedimientos analíticos y Observación e inspección

- El auditor considerará si la información obtenida durante el proceso de aceptación y continuidad del cliente realizado por el auditor es relevante para identificar riesgos de incorrección material.
- Si el socio del encargo ha realizado otros encargos para la entidad, considerará si la información obtenida es relevante para identificar riesgos de incorrección material.
- Cuando el auditor tenga la intención de utilizar información obtenida de su experiencia anterior con la entidad y de procedimientos de auditoría aplicados en auditorías anteriores, determinará si se han producido cambios desde la anterior auditoría que puedan afectar a su relevancia para la auditoría actual.
- El socio del encargo y otros miembros clave del equipo

discutirán la probabilidad de que en los estados financieros de la entidad existan incorrecciones materiales, y la aplicación del marco de información financiera aplicable a los hechos y circunstancias de la entidad. El socio del encargo determinará las cuestiones que deben ser comunicadas a los miembros del equipo que no participaron en la discusión.

En este sentido, la NIA 315 establece los procedimientos para realizar la valoración de riesgo de una empresa, de esta manera valorar los riesgos de incorrección material, debida a fraude o error, tanto en los estados financieros como en las afirmaciones con la finalidad de proporcionar una base para el diseño y la implementación de respuestas a los riesgos valorados de incorrección material

### **Procedimientos de valoración del riesgo**

Para obtener información sobre la entidad y su entorno, incluyendo el control interno, es necesario hacer referencia a procedimientos de auditoría diseñados y aplicados para

identificar y valorar los riesgos de incorrección material, debida a fraude o error, tanto en los estados financieros como en las afirmaciones concretas contenidas en estos. Esto con el objetivo de valorar cualquier incorrección material.

### **Riesgo significativo**

Luego de realizar los procedimientos de valoración de riesgo, se debe determinar si el riesgo es significativo o no. Un riesgo identificado de incorrección material para el que la valoración del riesgo inherente se encuentra próxima al límite superior del espectro de riesgo inherente debido al grado en el que los factores de riesgo inherente afectan a la combinación de la probabilidad de que exista una incorrección y a la magnitud de la incorrección potencial si existe o que deba ser tratado como riesgo significativo de conformidad con los requerimientos de otras NIA.

### **Procedimientos**

Establecer procedimientos en una organización es indispensable para el funcionamiento adecuado de las mismas y se define a continuación:

Según Rodríguez (2002:22) “es una función encaminada al análisis de los planes de acción colectivos del personal, de los procedimientos y de las formas y equipo con el fin de ayudar a la administración en la simplificación y estandarización de las operaciones.”, en materia administrativa y contable, la aplicación adecuada de estos procedimientos es una herramienta de gran utilidad que permite un adecuado control sobre las operaciones y transacciones financieras, así como el conocimiento de aquellas amenazas operativas que puedan afectar a los estados financieros y su impacto a futuro en relación a la organización.

El propósito de los procedimientos es mantener una sistematización veraz y oportuna que mediante el ordenamiento, registro y análisis comercial permita evaluar la rentabilidad o pérdida de un negocio, una organización establecida requiere para mantenerse en correcto funcionamiento seguir un conjunto de normas, realizar una revisión constante de sus actividades y analizar los planes corporativos estratégicos que favorezcan el cumplimiento de los objetivos de la organización; en torno a

esto los procedimientos constituyen un papel fundamental pues, se conciben como una estrategia empleada para mejorar las funciones administrativas empresariales

### **Reflexiones finales**

Toda empresa debe invertir en la elaboración e implementación de políticas de control interno ya que este ayuda que los procesos se realicen de la manera correcta, proporciona una seguridad razonable sobre la consecución de los objetivos de la entidad relativos a la fiabilidad de la información financiera, la eficacia y eficiencia de las operaciones, así como sobre el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias aplicables. En base a lo expuesto, es posible concluir lo siguiente:

1. Es fundamental para las organizaciones contar con un sistema de control interno, el cual este diseñado acorde a sus necesidades, el cual debe ser implementado y mantenido por los responsables del gobierno de la entidad, la dirección y otro personal, de igual manera realizar auditorías para verificar la fiabilidad de la información financiera, el cumplimiento de los controles de calidad y detectar cualquier error.
2. Para tener eficacia en los controles operativos el auditor debe tener conocimiento de la entidad y su entorno y del marco de información financiera aplicable, conocer las actividades de la organización y revisar el cumplimiento de las políticas de control interno, en la NIA 315 el sistema de control interno comprende cinco componentes interrelacionados: el entorno de control, el proceso de valoración del riesgo por la entidad, el proceso de la entidad para el seguimiento del sistema de control interno, el sistema de información y comunicación y las actividades de control.
3. Es importante que se realice la valoración de riesgos de la organización, para ello el auditor diseñará y aplicará procedimientos de valoración del riesgo con el fin de obtener evidencia de auditoría que proporcione una base adecuada



para: la identificación y valoración de los riesgos de incorrección material, debida a fraude o error, tanto en los estados financieros como en las afirmaciones contenidas en estos; y el diseño de procedimientos posteriores de auditoría de conformidad con la NIA 330.

### Referencias

Asencio, L., González, E. & Lozano, M. (2017). El inventario como determinante en la rentabilidad de las distribuidoras farmacéuticas. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*. 13(7): 123-142. Disponible en: <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/retos/v7n13/1390-6291-Retos-7-13-000123.pdf>

Chiavenato, I. (2004.). **Introducción a la Teoría General de la Administración**. España: Séptima Edición, McGraw-Hill/ Interamericana, editores

Diaz Henry (2021) **El control interno como herramienta indispensable para la gestión de riesgos operativos en la UCI**. *Revista Cubana de Transformación Digital. Unión de Informáticos de Cuba, Cuba*, ISSN-e: 2708-3411, Periodicidad: Trimestral. vol. 2, núm. Esp.4, 2021. Disponible: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/389/3892824004/html/>

Quinaluisa Morán, Nancy Vanessa, Ponce Álava, Verónica Alexandra,

Muñoz Macías, Sandra Cecilia, Ortega Haro, Xavier Fernando, & Pérez Salazar, Jazmín Alexandra. (2018). **Control Interno y sus Herramientas de Aplicación entre COSO y COCO**. *Cofin Habana*, 12 (1), 268-283. Disponible: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612018000100018&lng=es&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612018000100018&lng=es&tlng=en)

Angulo (2019) **Control interno y gestión de inventarios de la empresa constructora Peter Contratistas S.R. Ltda.** *Escuela de Posgrado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán* Vol. 5 (2), julio - diciembre de 2019, Huánuco-Perú. *GACETA CIENTÍFICA*. ISSN 2617-4332, *Gac. Cient.*; 5(2), julio - diciembre, 2019, 129-137. Disponible en: <https://revistas.unheval.edu.pe/index.php/gacien/article/view/696/566>

Norma internacional de auditoría 315, identificación y valoración de los riesgos de incorrección material mediante el conocimiento de la entidad y de su entorno (NIA-ES 315) (2013) Disponible en: <https://www.icjce.es/adjuntos/niaes-315.pdf>

Rodríguez Valencia, Joaquín (2002). **Estudio de sistemas y procedimientos administrativos (3ª ed.)**. México: Cengage Learning. Pp. 19-26, 31-39, 118-120; 134-143, 166-186.

Romero Javier. (2012). **Control interno y sus 5 componentes según COSO**. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/control-interno-5-componentes-segun-coso/>

## **ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN SOCIAL MEDIA MARKETING**

Luis Romero  
Jesús Corrales  
Francis Blanco

### **Summary**

The objective of this article is to analyze social media marketing driven by artificial intelligence, in such a way as to offer specialists in the area of business administration, marketing, public accounting and related careers, a theoretical approach to current marketing processes. Digital strategic planning for the positioning of small, medium and large companies in the modern market. Methodologically, it will be framed within the precepts of a descriptive research, of heuristic source analysis, which allows the document to be developed with the following purposes: first, describe digital marketing as a technological transformation strategy in the positioning processes of companies; second, establish a theoretical approach on the definition of social media marketing in the modern world; Third, determine the role of artificial intelligence in social media marketing. Based on the information collected, it is concluded that companies can develop social media marketing plans based on the use of artificial intelligence to position the corporate image and improve the overall sales percentage of the companies. Keywords: Marketing, Social Media, Networks, Artificial Intelligence.

## **ROL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL MARKETING DE SOCIAL MEDIA**

### **Resumen**

El presente artículo tiene el objetivo de analizar el marketing de social media impulsado por la inteligencia artificial, de tal manera de ofrecer a los especialistas en el área de administración comercial, mercadeo, contaduría pública y carreras afines, un acercamiento teórico a los procesos actuales de planificación estratégica digital para el posicionamiento de las pequeñas, medianas y grandes empresas en el mercado moderno. Metodológicamente, se enmarcará dentro de los preceptos de una investigación descriptiva, de arqueo heurístico de fuente, la cual permite desarrollar el documento con los siguientes propósitos: primero, describir el marketing digital como estrategia de transformación tecnológica en los procesos de posicionamiento de las empresas; segundo, establecer una aproximación teórica sobre la definición del marketing de social media en el mundo moderno; Tercero, determinar el rol de la inteligencia artificial en el marketing de social media. Con base en la información recopilada, se concluye que las empresas pueden desarrollar planes de marketing de social media basados en el uso de la inteligencia artificial para posicionar la imagen corporativa y mejorar el porcentaje de ventas en general de las empresas.

Palabras Clave: Marketing, Social Media, Redes, Inteligencia Artificial.

## Introducción

En el mundo empresarial actual, dominado por lo digital, la publicidad agresiva y las tácticas de marketing competitivas pueden actuar como una barrera para llegar al público objetivo deseado. Por eso, para llegar al corazón de los consumidores, se necesita encontrar formas innovadoras de generar contenido relevante y original que aliente a los usuarios a un canal de comunicación abierto. El principal candidato de esta comunicación abierta de marketing es el social media, el cual se constituye como un novedoso instrumento digital que crea comunidades en línea e invita a los consumidores a unirse a la discusión sobre marcas y productos.

En este contexto de expansión del marketing digital a través de las redes sociales, el uso de la inteligencia artificial adquiere cada vez más importancia para el impulso de las estrategias de mercadeo en las empresas, dado que a partir de la incorporación de este componente de innovación tecnológica, las organizaciones pueden optar estar a la vanguardia de la automatización de procesos, con una capacidad de

aprendizaje y predicción a partir de bases de datos inspirados en redes neuronales biológicas, siendo sistemas informáticos inteligentes en donde los clientes pueden acceder a entornos interactivos a partir de sus gustos y necesidades específicas.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, el presente artículo analiza cómo el marketing digital de social media ha sido impulsado por la inteligencia artificial permitiendo el posicionamiento de las empresas en el mercado actual. En donde la IA puede contribuir a las estrategias de marketing digital adecuadas para el comercio electrónico, comenzando con la definición de marketing digital como herramienta de transformación tecnológica; seguidamente, será necesario desarrollar una aproximación teórica respecto al marketing de social media; y finalmente, se expondrán los aportes de la inteligencia artificial como estrategia de marketing de social media.

## Marketing digital: herramienta de transformación tecnológica

El término marketing digital en sí mismo fue acuñado en 1990 debido a que se

inventó el primer motor de búsqueda Archie. En 1993 se emitió el primer banner publicitario en el que se podía hacer clic. Yahoo hizo su debut, pero luego fue seguido por Google. La tecnología de cookies, que era un código que realizaba un seguimiento de la información del usuario en el navegador del cliente, también desempeñó un papel importante en la historia del marketing digital (Jeevan, 2021).

El año 2000 fue un hito para el marketing digital puesto que Google introdujo AdWords, el cual permite a los vendedores anunciar sus productos lo que permitiría llegar a un número mayor de potenciales clientes o consumidores. Posteriormente se introdujeron las redes sociales, esto generó una cadena de acceso a información y de intercambio de información entre los usuarios. Años más tarde, en el 2004, se hizo público Google y se creó Facebook. Seguidamente, se lanzó YouTube, permitiendo a los especialistas en marketing promocionar sus marcas. La tecnología móvil se activó y se lanzó WhatsApp. En 2011, se introdujo

Google+, el cual promovió el marketing digital.

Seguidamente, las empresas empezaron a ser conscientes de los beneficios de la presencia online y del creciente mercado que este suponía. Motivo por el cual, la predicción de una explosión de las compras en línea se convirtió en un matrimonio entre los expertos en tecnología de la información y los profesionales del marketing. Éstos estaban preocupados por el comportamiento de los consumidores y sus nuevas tendencias de marketing sobre el uso de la tecnología, mientras que los profesionales de las ciencias desarrollaban nuevas tecnologías y herramientas de información de Internet (Barrios, Díaz, y Rojas, 2020).

Por su parte, los expertos en marketing digital y los ejecutivos de negocios comprendieron que es más probable que un cliente complete una compra cuando el mensaje está dirigido precisamente a él o ella, en lugar de ser de naturaleza más general (Carrasco, 2020). Hoy en día, las empresas son conscientes de la importancia de los datos y los recopilan como nunca antes se habían visto; además las



organizaciones buscan constantemente información personal, preferencias y otras características de los clientes. Cuanta más información obtienen, mejor se desempeñan.

Con base en lo anterior, el marketing digital se refiere a un término general para la comercialización de productos o servicios que utilizan tecnologías, principalmente en internet, pero también incluye teléfonos móviles, publicidad gráfica y cualquier otra herramienta digital con la ventaja de mantener un mejor registro de las campañas para medir la efectividad. Aunado a esto, el marketing digital mantiene un registro del número y la duración de las visitas de cualquier anuncio, publicación, entre otros, y el efecto que tiene en las ventas, midiendo así el impacto total del mismo mediante el uso de marketing SMS, anuncios impresos digitales, marketing televisivo, publicidad radial, por mencionar a algunos (Condori, 2020).

Por tanto, este tipo de marketing es más económico y más específico que el marketing tradicional en los medios de comunicación porque permite a las empresas reducir costos al llegar a los clientes, pues esta técnica de

marketing y publicidad es menos costosa que los medios tradicionales de mercadeo (Cepeda y Gómez, 2021). Motivo por el cual, los medios de comunicación tradicionales han experimentado una considerable reducción de su demanda. Dado que internet ocupó su lugar como el medio publicitario más eficaz y, por esa razón, los especialistas en marketing se han esforzado por atraer a más consumidores en Internet (Chunque, 2021).

Ahora bien, el uso del marketing digital depende del objetivo de marketing de la organización, ya que podría ser que la organización requiera generar más clientes potenciales, construir sus marcas, aumentar las ventas o mejorar el compromiso de la marca. Aunado a esto, el sitio web del marketing digital, debe ser estéticamente agradable y fácil de navegar, también debe tener calidad de contenido para reflejar la naturaleza del negocio.

La optimización de motores de búsqueda (SEO) también es un factor importante. Estos motores de búsqueda necesitan leer e indexar el sitio web correctamente, por lo que existen especialistas en contenido y

SEO que pueden ayudar a las organizaciones a diseñar sitios web que se puedan acceder a través de todos los tipos de dispositivos comunicacionales. Es importante destacar, que el marketing digital también implica gestionar la presencia en las redes sociales de la organización e interactuar con los usuarios o clientes para comercializar el negocio mediante los principales canales de estas redes sociales.

### **Aproximación teórica al marketing de social media**

#### ***Social media o redes sociales***

Las redes sociales no se pueden entender sin antes definir la Web 2.0: un término que describe una nueva forma en que los usuarios modernos utilizan la World Wide Web, un lugar donde el contenido se modifica continuamente por todos los operadores de forma compartida y colaborativa (Kaplan y Haenlein 2010). Al respecto, Campbell et al. (2023: 87), expresa que "tiene más que ver con lo que la gente está haciendo con la tecnología que con la tecnología en sí misma, ya que simplemente recuperar información, los usuarios ahora la

crean y la consumen y, por lo tanto, agregan valor a los sitios web que les permiten hacerlo".

De acuerdo con esto, la Web 2.0 ha evolucionado desde la simple recuperación de información hasta la interactividad, la interoperabilidad y la colaboración. Siendo las redes sociales un factor determinante para la comunicación de las nuevas generaciones. Para Kaplan y Haenlein (2010: 61), las redes sociales son "un grupo de aplicaciones que se basan en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y permiten la creación e intercambio de contenido generado por el usuario".

Por su parte para Sinclair y Vogus (2011: 294), redes sociales "es un término amplio que describe herramientas de software que crear contenido generado por el usuario que se pueda compartir". De acuerdo con estas definiciones, las redes sociales se pueden considerar como el conjunto de aplicaciones interactivas de internet que facilitan la creación, conservación y uso compartido (colaborativo o individual) de contenido generado por el usuario.

Los ejemplos de plataformas de redes sociales son numerosos y variados. Incluyen Facebook, Friendster, Wikipedia, sitios de citas, Craigslist, sitios para compartir recetas, YouTube e Instagram, TikTok entre otros. Todas las plataformas de redes sociales comparten las características comunes, pero son únicas entre sí en muchos aspectos. En particular, las plataformas a menudo varían en sus arquitecturas, estructuras, normas y bases de usuarios.

Las redes sociales han pasado de ser simplemente una plataforma para que las personas permanezcan en contacto con su familia y amigos. Ahora es un lugar donde los consumidores pueden aprender más sobre sus empresas favoritas y los productos que venden. Los vendedores y minoristas están utilizando estos sitios como otra forma de llegar a los consumidores y proporcionar una nueva forma de comprar tecnología relacionada al desarrollo, como el surgimiento de poderosos motores de búsqueda, dispositivos móviles avanzados y las interfaces, los vehículos de comunicación entre pares y las redes sociales en línea se han extendido la

capacidad de los especialistas en marketing para llegar a los compradores a través de nuevos puntos de contacto

### ***Marketing de social medial***

El marketing de social media hace uso de los sitios de las redes sociales para aumentar la visibilidad en Internet y promover productos y servicios. Estos sitios son útiles para construir redes sociales (y comerciales), y para el intercambio de ideas y conocimientos. Es un uso más colaborativo de la Web que mejora la creatividad e intercambio de conocimientos, al ser una manera interactiva para ayudar a los usuarios a participar y colaborar en la Web a través de aplicaciones y servicios abiertos.

Las afirmaciones anteriores sugieren que, el marketing de social media podría definirse como un diálogo a menudo desencadenado por consumidores/audiencias, o un negocio/producto/servicios que circulan entre las partes declaradas para poner en marcha una comunicación reveladora sobre algunos información promocional de modo que permita aprender unos de

otros el uso y experiencias, eventualmente beneficiando a todas las partes involucradas (Alalwan et al, 2017). De lo cual se desprende, que este concepto surge como herramienta de mercadeo empleando las tecnologías, canales, y software con la finalidad de crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para las partes interesadas de una organización.

En este mismo orden de ideas, se puede señalar que el marketing en redes sociales es una forma de marketing en Internet que utiliza aplicaciones de redes sociales como herramienta de marketing. Estas plataformas de redes sociales permiten a las marcas conectarse con su audiencia para: construir una marca; incrementar las ventas; dirigir el tráfico a un sitio web; y construir una comunidad de seguidores para compartir e interactuar con el contenido. Para ello debe producir contenido relevante que los usuarios compartirán con sus propias redes, ayudando a las marcas a aumentar su exposición. También amplía su alcance hacia los fanáticos, clientes potenciales e incluso empleados potenciales

cuando se usa como herramienta de reclutamiento.

Este tipo de marketing también permite a las organizaciones obtener comentarios de los clientes al mismo tiempo que hace que la empresa parezca más agradable, permitiendo a las organizaciones crear relaciones con su audiencia, y brindando a los usuarios una plataforma para hacer preguntas, expresar quejas y, en general, ser escuchados. Además, ofrece a las marcas la oportunidad de responder, adaptar y ajustar los procesos comerciales o productos. Algunas aplicaciones de redes sociales populares incluyen Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Pinterest, Instagram y Snapchat. Cada plataforma tiene elementos que la hacen atractiva de usar. Y cuando una empresa usa varios en combinación para entregar un mensaje multicanal, los consumidores pueden ver esos mensajes en sus canales preferidos.

Estas redes sociales representan un excelente vehículo para fomentar las relaciones con los clientes, en donde las empresas pueden colocar publicaciones de marca que contengan vídeos, mensajes, cuestionarios,



información y cualquier otro material. Se pueden usar varias herramientas para apoyar marcas, incluyendo Internet y otras tecnologías interactivas. Los consumidores están adoptando cada vez más activos papeles en la creación de contenido de marketing con sus respectivas empresas y marcas. A su vez, las empresas buscan programas y campañas de mercadeo social en línea en un esfuerzo por llegar a los consumidores que están en línea (Galván, Hernández, y López, 2017).

Dentro de este marco de ideas, el papel de las redes sociales es muy influyente en el aumento del progreso económico en las ventas de negocios en línea, generándoles una oportunidad de expansión significativa. Este tipo de marketing se puede considerar como un subconjunto de las actividades de marketing en línea que completan las estrategias tradicionales de promoción basadas en la web que, al alentar a los usuarios a difundir mensajes a sus contactos personales, ha inyectado un nuevo término de diseminación exponencial y confianza a la comunicación moderna y al marketing masivo.

De ahí que, mediante este nuevo enfoque de divulgación y marketing, se están desarrollando y aumentando a su vez nuevas herramientas para las empresas. Los especialistas en marketing de redes sociales ahora obtienen una visión mejor y más efectiva a través de la introducción de aplicaciones analíticas por parte de las plataformas oficiales de sitios de redes sociales. En palabras de Kotler, Kartajaya y Setiawan (2013: 48), “cuanto mayor es la evolución tecnológica y cuanto más constante sea la presencia de las redes sociales, mayor será la influencia de los consumidores sobre otros consumidores”. De acuerdo con esto, la revolución tecnológica transformó los hábitos y comportamientos de las empresas y la población, pues las empresas optimizaron sus procesos internos y externos para ganar competitividad y ofrecer un portafolio de soluciones más adecuadas al cliente y a su contexto.

### **Rol de la inteligencia artificial en el marketing de social media.**

La inteligencia artificial (IA) es la inteligencia o el poder de imaginación y pensamiento que se atribuye a las

máquinas que de otro modo no es capaz de imaginación y pensamiento (Siau y Yang, 2017). En tal sentido, la tecnología es progresiva y la Inteligencia Artificial es el regalo de ese desarrollo progresivo, influenciando todas las aristas de la sociedad, particularmente los negocios y sus tramos donde la tecnología y la inteligencia artificial han tenido un efecto importante en el marketing.

La presencia de Social Media y tecnología ya habían cambiado las estadísticas de marketing; ahora bien, con la integración de la Inteligencia Artificial ha llevado el juego un escalón más alto. Koseand y Sert, (2017) afirma que la Inteligencia Artificial ha traído las nuevas dimensiones como Slack bots, siendo un mejor servicio al consumidor y marketing automatizado. la inclusión de características como el reconocimiento facial y de voz mantiene la tecnología a la par con respecto a los demás derivados. Por consiguiente, la IA se perfila como la necesidad básica en el marketing, ya que la tendencia de la IA en el marketing de las redes sociales implican aprendizaje profundo, reconocimiento facial, chip habilitado

para IA, almacenamiento en la nube y más políticas de privacidad grabadas.

La inclusión de la IA en las estrategias de marketing ha revolucionado las formas tradicionales de mercadeo. Asimismo, el advenimiento de la Inteligencia Artificial ha abierto amplio de nuevas oportunidades y campos para más descubrimientos, en el cual la intervención de la Inteligencia Artificial en marketing ha dado lugar al alcance de nuevas investigaciones en este tema. Así pues, con la llegada de la IA a la tecnología ha supuesto una revolución en el procesamiento de la información, dado que el acercamiento hacia el funcionamiento de la tecnología también ha implicado un significativo desarrollo. Además, con la integración de la IA en las redes sociales, se ha visto un crecimiento positivo. Motivo por el cual, las redes sociales han estado activamente utilizadas como medio de marketing por la organización (Stalidis, Karapistolis y Vafeiadis, 2015).

En este mismo orden de ideas, la integración de la IA en las redes sociales también ha mejorado el análisis de la comercialización de los medios sociales, puesto que ha

cambiado el paradigma del marketing, el enfoque ha trascendido de ser métodos enteramente tradicionales a la digitalización sofisticada. Además, la Inteligencia Artificial ha hecho el proceso de análisis más actualizado dependiendo de la tendencia actual de mercadeo (Siau y Yang, (2017). Ahora bien, en lo que respecta a la integración de IA en las redes sociales, esta ha contribuido a los métodos de análisis y búsquedas de manera contundente: primero, transformando conocimientos en datos reales que ayudan a las organizaciones a obtener una mejor conclusión; segundo, la IA transformadora también ayuda en el análisis con juicio y datos concluyentes, ya que casi piensa y funciona como un humano.

Con base en todo lo anteriormente expuesto, se puede señalar que el marketing en redes sociales puede beneficiarse de la IA al automatizar sus tareas, como la creación, programación y análisis de contenido. Como resultado, los especialistas en marketing de redes sociales pueden concentrarse en tareas más estratégicas, como desarrollar estrategias de marketing y establecer

relaciones con los clientes y de esta manera estarían generando beneficios para las organizaciones empresariales, dicho en otras palabras, el uso de la IA en las redes sociales como estrategia de marketing da paso a la transformación empresarial, la cual se explicará a continuación.

### ***Redes Sociales, inteligencia artificial y Transformación Empresarial***

Las redes sociales han transformado todos los rincones de la sociedad. La introducción de la IA en campo técnico ha demostrado ser una gran transformación en el campo corporativo, asimismo, las técnicas de operar todo el proceso de negocio también se han transformado de ser manual a digital (Martínez, 2018). Así pues, con la llegada de las redes sociales, un sector que ha sido impactado sin lugar a dudas ha sido el marketing, pues ha cambiado drásticamente la técnica y el enfoque de este, impulsando las estrategias hacia un ámbito de mayor alcance y más visibilidad, propiciando un espacio para la consolidación del posicionamiento de las pequeñas, medianas y grandes empresas.

Estas empresas al igual que la tecnología se encuentra en constante evolución, así como también lo está la inteligencia artificial. En este sentido, hay varias dimensiones que se han añadido a las profundidades de la IA, como la realidad virtual, la realidad aumentada y otras aplicaciones de inteligencia de nivel más profundo. Los tecnicismos antes mencionados han ayudado a las organizaciones para mejorar sus estrategias de marketing.

Las redes sociales han llevado la transformación de los negocios a otro nivel. De acuerdo con Martínez y Medina (2020), las redes sociales pueden influir en el negocios de las siguientes formas: primero, las redes sociales ayudan a transformar la presencia del negocio de lo local a lo global; segundo, las redes sociales ayudan al negocio para llegar a una mayor masa; tercero, la organización a través del marketing en redes sociales será capaz de fortalecer su imagen de marca; cuarto, las redes sociales aumentan la proximidad de la organización con los clientes; quinto, la mayor proximidad conduce a una mayor satisfacción del cliente; y por último, las redes sociales demuestran

ser una estrategia más rentable para las organizaciones empresariales.

Desde esta perspectiva, las empresas que empleen la tecnología de la inteligencia artificial pueden favorecer con innovación en operaciones su cadena de valor, servicio al cliente, ventas y desarrollo de productos (Martínez, 2018). Al respecto, Paul Roetzer (2017), fundador del Instituto de IA desarrolló las 5Ps del Marketing en IA, a saber: planificación, producción, personalización, promoción y desempeño (performance). Aunado a esto, Yegin (2020) añade que, la inteligencia artificial 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.

### ***Función de la IA en las nuevas empresas***

El ejemplo más común de IA en la actualidad es Alexa, Bixby o Siri. La inteligencia artificial es más compleja por la naturaleza de la misma. Los expertos en redes sociales son contratados por las organizaciones



para filtrar el contenido y producir más clientes, así como generadores de ventas en el sitio web (Ruíz y Bastidas, 2017). Dicho esto, no sólo puede mejorar el estilo de vida moderno, sino también mejorar el negocio para florecer en el mercado. Fernández, (2018) opina que la integración de funciones como aprendizaje automático y medición big data aumenta la eficiencia del funcionamiento. Así, la introducción del chat-bots en la sección de atención al cliente ha ahorrado a las organizaciones tiempo y dinero, pues ha habilitado una solución rápida a los problemas. Aunque los chatbots tienen limitaciones, pero con la evolución de la tecnología hay un inmenso alcance de la evolución del servicio al cliente sistemas.

Otro efecto importante de la IA en el marketing es el liderazgo sobre la generación que en un futuro cercano se convertirá en un líder de ventas. Los sistemas de IA en marketing pueden procesar los datos más eficientemente en comparación con los seres humanos. Por ejemplo, el sistema de IA like Node ayuda a la organización a clasificar el potencial que lleva a los

clientes con el software de automatización. Una de las organizaciones destacadas que utilizan la IA en el mejor de los casos es LinkedIn que les ayuda a convertir sus clientes potenciales en venta.

Con análisis basados en IA, los equipos de marketing empresariales pueden adelantarse a la demanda, las tendencias y las necesidades de los consumidores. Así pues, en los próximos años se verá cómo los equipos de marketing digital podrán aprovechar con mayor precisión sus herramientas y recursos disponibles para mejorar aún más no sólo su comprensión del aprendizaje automático, sino también su público objetivo.

En este punto es importante destacar que, en la próxima década, el software avanzado impulsado por IA procesará cantidades masivas de datos e información de clientes. A través de estos sistemas, las organizaciones podrán descifrar aún más los patrones de consumo a medida que surgen y así poder determinar cómo evolucionarán estos patrones. Aquí es donde la optimización del mercado mediante el uso de inteligencia artificial y big data

ocupa un lugar destacado durante el desarrollo de las campañas de marketing. Motivo por el cual, tener la capacidad de aprovechar los patrones del público objetivo en tiempo real mediante el estudio del comportamiento del consumidor brindará a los expertos en marketing un mejor análisis del éxito que podría haber tenido una campaña.

### ***Potencial del marketing de social media asistido por IA***

La IA exhibe el potencial para empoderar a los especialistas en marketing de redes sociales a través de la generación de contenido, presencia en línea las 24 horas, ofertas automáticas y segmentación de audiencia mejorada. Además, cabe destacar que la IA ya se introdujo en la industria del marketing y estableció su punto de partida y proyección, teniendo una gran posibilidad de dominar a todos las demás técnicas obsoletas, presentando grandes posibilidades de ganar la batalla contra cualquier cosa que se ponga en la competencia (Fernández, 2018).

Ante estas conjeturas, el marketing en redes sociales asistido por IA permite y

fortalece a las organizaciones, pues las estrategias de marketing mejoran las ventas y el proceso de posicionamiento empresarial. Teniendo en cuenta esto, el objetivo principal del sector de la comercialización es aumentar las ventas que se impulsarán con la aplicación de inteligencia artificial (Molsa, 2017).

En comparación con los métodos tradicionales obsoletos como anuncios en TV, mensajería de texto y correos electrónicos, entre otros. La IA en la organización se consolida como un método más mejorado en el mercado abierto de la competencia, en donde la Inteligencia artificial se erige como el único ganador en el aumento del potencial del marketing en redes sociales a través de herramientas como virtual realidad, reconocimiento de sonido y rostro y realidad alternativa. En la comercialización actual las estrategias, y la personalización interactiva de los productos ha abierto una gran oportunidad para que los clientes tuvieran una experiencia exclusiva. Así bien, el Marketing en redes sociales cuando asociado con la IA se mantiene indestructible en el camino del éxito ya que ambos se

basan en la tecnología y la tecnología es sinónimo de evolución. Finalmente se puede agregar que la IA junto con las redes sociales seguirán mejorando y evolucionando en su propia manera compleja que resultará ser la mejor confluencia posible de marketing.

### **Reflexiones Finales**

La inteligencia artificial se encuentra desempeñando un papel revolucionario en muchos aspectos de la vida del ser humano, siendo el panorama de las redes sociales una de las áreas donde este impacto es más evidente. Desde la moderación automática de contenido y las recomendaciones personalizadas hasta los anuncios que se visualizan, la IA está remodelando la forma en que se interactúa y se conecta en línea.

Dicho esto, una vez realizada la presente indagación literaria, se puede concluir que la inteligencia artificial está revolucionando las industrias con sus amplias aplicaciones ayudando a resolver problemas complejos como la masificación del alcance publicitario, o la segmentación de clientes y predicción de abandono. En tal sentido, con la ayuda de la IA, los especialistas en marketing pueden identificar

clientes potenciales, crear contenido y seguir los clientes potenciales.

Además, la incorporación de IA puede ayudar a los especialistas en marketing, así como a las agencias de publicidad a hacer que el marketing en redes sociales sea más eficiente. Los modelos de aprendizaje automático, las herramientas analíticas avanzadas y los algoritmos de red de aprendizaje profundo tienen el potencial de aumentar los beneficios del uso de IA en las redes sociales con el tiempo.

Con base en las consideraciones anteriores, las funciones y la popularidad de la inteligencia artificial se disparan día a día, ya que la IA ha evolucionado significativamente en los últimos años y ha encontrado sus aplicaciones en casi todos los negocios y sectores de la economía a nivel mundial. Aunado a esto, la IA ha ampliado su alcance en todos los campos de la vida, pero se ha abierto camino más profundamente en el sector del marketing, pues desde allí ha sido testigo de rápidos cambios tecnológicos en la última década. Motivo por el cual, se puede decir que no hay mejor momento para que los especialistas en marketing comiencen

a aprovechar las tecnologías de marketing impulsadas por IA y la computación cognitiva, entre muchas otras, para disfrutar de la ventaja competitiva, así como del posicionamiento de las marcas empresariales.

### Referencias

Alalwan, Alí, Rana, Nripendra, Yogesh, Swansea Kumar. (2017). Social Media in Marketing: A Review and Analysis of the Existing Literature. Recuperado: [https://www.researchgate.net/publication/317155519\\_Social\\_Media\\_in\\_Marketing\\_A\\_Review\\_and\\_Analysis\\_of\\_the\\_Existing\\_Literature](https://www.researchgate.net/publication/317155519_Social_Media_in_Marketing_A_Review_and_Analysis_of_the_Existing_Literature)

Barrios, Kelleng, Díaz, Yosseling, y Rojas, Anayanci. (2020). Marketing Digital: Herramientas publicitarias en el marketing digital. Trabajo especial de grado de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Tesis en Línea. Recuperado: <https://repositorio.unan.edu.ni/12803/>

Campbell, John, D' Aduzzio, Jenna, Moon Janes. (2023). Everyone Has an Opinion: The Informativeness of Social Media's Response to Management Guidance. Recuperado: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3689185](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3689185)

Carrasco, Mayté. (2020). Herramientas del marketing digital que permiten desarrollar presencia online, analizar la web, conocer a la audiencia y mejorar los resultados de búsqueda. Revista Perspectivas, (45), 33-60. Recuperado: <http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994->

37332020000100003&script=sci\_abstract

Cepeda, Sara., y Gómez, Ana. (2021). El Marketing digital como herramientas para el desarrollo en las diferentes etapas del ciclo de vida de los emprendimientos de repostería y pastelería en Bogotá. Bogotá: Informe del Colegio de Estudios Superiores de Administración. Recuperado: <https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/4105>

Chunque, Víctor. (2021). Marketing Digital y Nivel de Posicionamiento de la Empresa Motocoop S.A.C en la ciudad de Cajamarca, 2021. Recuperado: <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1650>

Condori, Eloy. (2020). Propuesta de mejora de Marketng Digital para la gestión de calidad en los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Huancané - 2020. Juliaca, Perú: Trabajo especial de grado de la Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado: <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/21493>

Fernández, Emilio. (2018). Cómo hacer Customer Intelligence con inteligencia artificial. Recuperado: <https://cutt.ly/7e7GCwB>

Galván, Yeli, Hernández, Laura, y López, Juan. (2017). Redes Sociales y tendencias de marketin digital en los negocios. Revistas de la Universidad Autónoma de Nuevo León, 701-710. Recuperado: [http://www.web.facpya.ua.nl.mx/Vinculategica/Vinculategica\\_3/75.%20Galvan\\_Guardiola\\_Yeli\\_Yecenia-Hernandez\\_Moreno\\_Laura\\_Alicia-Lopez\\_Solorzano\\_Juan\\_Gabriel.pdf](http://www.web.facpya.ua.nl.mx/Vinculategica/Vinculategica_3/75.%20Galvan_Guardiola_Yeli_Yecenia-Hernandez_Moreno_Laura_Alicia-Lopez_Solorzano_Juan_Gabriel.pdf)



Jeevan, Priti. (2021). An Analysis of Digital Marketing Model - Exploring a New Paradigm of Innovation. Conferencia de Investigadores en Ciencias Sociales, Archers and Elevators Publishing House, Bangalore. Recuperado: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2960041](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2960041)

Kaplan, Andreas, Haenlein, Michael. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. Recuperado: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.00>

Koseand, Utku, y Sert, Selkuc. (2017). Intelligent Content Marketing with Artificial Intelligence. Recuperado: [https://www.researchgate.net/publication/308520444\\_Intelligent\\_Content\\_Marketing\\_with\\_Artificial\\_Intelligence](https://www.researchgate.net/publication/308520444_Intelligent_Content_Marketing_with_Artificial_Intelligence)

Kotler, Phillip., Kartajaya, Hermawan, y Setiawan, Iwan. (2011). *Marketing 3.0* Cómo atraer a los clientes con un marketing basado en valores. LID Editorial: Nueva Jersey

Martínez, Rex. (2018). Artificial Intelligence: Distinguishing between types & definitions. *Nevada Law Journal*, 19(3), 1015-1041. Recuperado: <https://scholars.law.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1799&context=nlj>

Molsa, Mikael (2017). Success factors when implementing AI-powered marketing solutions. Recuperado:

<https://www.theseus.fi/handle/10024/137771>

Ruíz, Evelyn, Bastidas, Luis. (2017). Posicionamiento SEO mediante la optimización de sitios web para el marketing digital. Recuperado: 10.29018/issn.2588-1000vol1iss1.2017pp14-25

Siau, Keng, Yang, Yin. (2017). Una investigación cualitativa sobre marketing y ventas en la era de la inteligencia artificial. Recuperado: <https://aisel.aisnet.org/mwais2018/41/>

Sinclair, Jollean, Vogus, Clinton. (2011). Adopción de sitios de redes sociales: una perspectiva de estructuración adaptativa exploratoria para organizaciones globales. Recuperado: [https://www.researchgate.net/publication/259358253\\_Adoption\\_of\\_Social\\_Networking\\_Sites\\_An\\_Exploratory\\_Adaptive\\_Structuration\\_Perspective\\_for\\_Global\\_Organizations](https://www.researchgate.net/publication/259358253_Adoption_of_Social_Networking_Sites_An_Exploratory_Adaptive_Structuration_Perspective_for_Global_Organizations)

Stadilis, George, Karapistolis Dimitrios y Vafeiadis Athanasios. (2017). Marketing Decision Support Using Artificial Intelligence and Knowledge Modeling: Application to Tourist Destination Management. Recuperado: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815012409>

Yegin, Tugba. (2020). The place and future of artificial intelligence in marketing strategies. Recuperado: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2594459>

## **UNVEILING THE TECHNICAL ASPECTS OF THE CRYPTOCURRENCY WITHIN THE VENEZUELAN ECONOMY**

Francisco Dias

### **Summary**

This article emphasizes the aspects of cryptoassets, such as Exchanges, Wallets, Blockchain and how sanctions influence the cryptocurrency market. Cryptoassets are defined as those assets that are stored and transferred in digital systems, which use advanced cryptographic technology to guarantee the integrity of the system (The OECD, 2018). It will be shown how they influence two key examples, in turn knowing the sanctions imposed by the government of the United States on the Venezuelan Government and how they affect the cryptocurrency market. Sunacrip was created, which is the institution that is specifically responsible for developing, regulating, and guiding the scheme of interaction, exchange, and use of digital assets, cryptocurrencies, blockchain, and all their associated technologies. The body that regulates cryptocurrencies in Venezuela is called the National Superintendency of Crypto Assets and Related Activities (Sunacrip), which was created on April 9, 2018, and is attached to the Ministry of Popular Power of Industries and National Production. Cryptoassets are sanctioned and attacked because they eliminate banking entities as an intermediary for carrying out currency exchange procedures. In Venezuela, cryptocurrencies are not prohibited and it is no longer illegal to mine them, but some measures must be followed within the parameters established by Venezuelan law when mining or acquiring them. Keywords: Cryptocurrency, sanctions, Sunacrip.

## **DEVELAR LOS ASPECTOS TÉCNICOS DE LA CRIPTOMONEDA DENTRO DE LA ECONOMÍA DE VENEZUELA**

### **Resumen**

Este artículo hace énfasis en los aspectos de criptoactivos, como Los Exchange, Las Wallets, Los Blockchain y como influyen las sanciones en el mercado de las criptomonedas. Se define criptoactivos como aquellos activos que son custodiados y transferidos en sistema digitales, los cuales utilizan tecnología criptográfica avanzada para garantizar la integridad del sistema (La OCDE, 2018). Se mostrará cómo influyen en dos ejemplos claves, a su vez de conocer las sanciones impuestas por el gobierno de los Estados Unidos al Gobierno venezolano y como afectan en el mercado de la criptomoneda. Se creó Sunacrip que es la institución que se encarga específicamente en ser responsable de desarrollar, regular, y orientar el esquema de interacción, intercambio y uso de los activos digitales, las criptomonedas, blockchain y todas sus tecnologías asociadas. El órgano que regula las criptomonedas en Venezuela se llama Superintendencia Nacional de criptoactivos y actividades conexas (Sunacrip) el cual fue creado el 9 de abril del 2018, este se encuentra adscrito al Ministerio del poder popular de industrias y producción nacional. Los criptoactivos son sancionados y atacados porque eliminan las entidades bancarias como intermediario para la realización de trámites de cambios

de monedas. En Venezuela no están prohibidas las criptomonedas y ya no es ilegal minarlas, pero se deben cumplir algunas medidas dentro de los parámetros establecidos por la ley Venezolana a la hora de minarlas o adquirirlas.

Palabras claves: *Criptomoneda, sanciones, Sunacrip.*

## **Introducción**

Las criptomonedas han tenido varias regulaciones y sanciones por ser un tema moderno y de eliminación de las entidades bancarias como intermediarios para la realización de trámites de cambios de monedas, las blockchain son una estructura matemática para almacenar datos de una manera que es casi imposible de falsificar, y su base de datos no se almacena en una sola ubicación, lo que quiere decir que sus registros son públicos y fáciles de verificar.

Un ejemplo de la facilidad y la poca comisión que se cancela por estás exchanges es Binance, con un sistema de software de blockchain, esta es una de las más populares, que no cobra comisión por transferencia de usuario a

usuario, ni para el intercambio de criptomonedas entre sí, pero por cada retiro los usuarios pagan una comisión fija para cubrir los costes de transacción asociados a sacar las criptomonedas de su cuenta de Binance, no obstante las tasa de retiro pueden fluctuar sin previo aviso debido a diversos factores, como la congestión de la red.

En Venezuela no están prohibidas las criptomonedas y ya no es ilegal minarlas, solo se tienen que cumplir varias medidas dentro de los parámetros establecidos por la ley venezolana a la hora de minarlas o adquirirlas. El órgano que regula las criptomonedas en Venezuela se llama Superintendencia Nacional de criptoactivos y actividades conexas

(Sunacrip), el cual fue creado el 9 de abril del 2018, este está adscrito al Ministerio del poder popular de industrias y producción nacional.

### **¿Qué son las criptomonedas y por qué las quieren sancionar?**

Las criptomonedas son un activo digital que obtiene un cifrado criptográfico para garantizar su titularidad y asegurar la integridad de las transacciones, a su vez que controla la creación de unidades adicionales, las cuales no pueden ser adulterados o copiadas y mucho menos falsificados, porque el sistema lo detectaría de manera inmediata. Las criptomonedas cuentan con diversas características diferenciadas respecto al sistema tradicional financiero que enfrenta el mundo, no están reguladas ni controladas por ninguna institución y no requieren intermediario en la transacción como son los bancos, se

usan bases de datos descentralizadas, blockchains o registros contables compartidos, para el control de las transacciones.

Se define criptoactivos como aquellos activos que son custodiados y transferidos en sistemas digitales, los cuales utilizan tecnología criptográfica avanzada para garantizar la integridad del sistema (La OCDE, 2018).

Las monedas virtuales convertibles que pueden ser canjeadas por dinero físico o por otras monedas virtuales son potencialmente vulnerables a abusos por lavado de dinero y financiación del terrorismo por muchos de los motivos señalados en la guía de NPPS 2013. (GAFI, 2013)

### **Los Exchanges**

Los Exchanges son una plataforma o mercado virtual en la que podemos realizar intercambios de



criptomonedas, ya sea comprar o vender. Esto sirve como un intermediario y facilitan los movimientos financieros de los usuarios, y son donde se generan el precio de mercado que marca el valor de las criptomonedas en base de la oferta y la demanda que se genere.

Los exchanges más utilizadas son: Binance, Coinbase y Kraken.

Existen diferencias entre las Exchange centralizadas (CEX) y descentralizada (DEX)

**Características Exchange Centralizada (CEX):** se utiliza con intermediario, tiene un fácil uso, no tiene privacidad, tiene elevadas tasas de transacción, posibilidades de intercambio de criptoactivos ubicados en blockchains diferentes, múltiples funcionalidades, tiempo de procesamiento de transacciones reducido, los precios de criptoactivos basados en el libro de

operaciones, intercambio criptoactivo por dinero fiat permitidos y una mayor liquidez.

**Características Exchange descentralizada (DEX):** no se utiliza con intermediario, es un poco más complicado su uso, elevado niveles de privacidad, tiene tasas de transacción bajas, no hay posibilidades de intercambio de criptoactivos ubicados en diferentes blockchains, funcionalidades reducidas, tiempo de procesamiento de transacciones elevado, precios de criptoactivos basados en el protocolo AMM, intercambio criptoactivo por dinero fiat no permitidos y maneja una menor liquidez.

### **Las Wallets**

Las Wallets o monederos de criptomonedas son la vía que nos permite administrar nuestros criptoactivos, son el factor más

importante. Estos son una pieza de software o de hardware con las que se realizan las operaciones de recepción y envió a través de la red blockchain de cada criptomoneda. La diferencia de los sistemas financieros tradicionales, bitcoin y otras criptomonedas es que son monedas totalmente digitales que no existen en el mundo físico y que funcionan basándose en la criptoconfianza, que es prácticamente el mismo respaldado con el que cuenta el dólar de Estados Unidos al igual que la confianza que se tiene en el Banco Central de Estados Unidos.

Las criptomonedas como tal no existen como monedas, sino más bien como registros de transacciones contenidos dentro de una blockchain que opera por nodos interconectados entre si alrededor de todo el mundo.

Tenemos las más populares en Venezuela como: Binance Wallet,

Lemon Cash y Airtm, que se tiene que abrir con un VPN.

### **Los Blockchain**

“La tecnología blockchain es una base de datos disponible y actualizada en forma simultánea en una red de ordenadores, donde se registran transacciones en forma cronológica e inmutable. Esta base se organiza en conjunto de datos pequeños llamados “bloques”, que contiene información sobre ciertas cantidades de transacciones y que son cifrados mediante la aplicación de técnicas criptográficas” alegando de igual modo que “Los proyectos basados en el uso de las tecnologías de cadena de bloques se materializan generalmente a través de la conformación de blockchain del tipo de consorcio, integrados por entes públicos y/o privados que se caracteriza por el aporte de servidores distribuidos

geográficamente y el funcionamiento por el consenso en la administración de la gestión de transacción”. Asegura (fiscalización de las criptomonedas y de la economía digital. 2020) Funciona como un gran libro de contabilidad donde se pueden registrar y almacenar cantidades ingentes de información. Toda ella esta compartida en la red y protegida de tal forma que todos los datos que albergan no se pueden alterar, ni eliminar operaciones.

La idea de crear cadenas Interlazadas tiene que ver con la fiabilidad que aporta esta tecnología, ya que los bloques guardan la información de manera lineal y no se pueden eliminar o manipular la información, al alterar la información mediante hackers o fraudes, el mismo sistema se dará cuenta de la falla y comenzará a mandar errores en las próximas transacciones.

Las regulaciones de las criptomonedas no tienen la consideración de medio de pago, no cuentan con el respaldo de un banco central u otras autoridades públicas y no están cubiertas por mecanismo de protección al cliente como el fondo de Garantía de Depósitos o el fondo de garantía de inversores.

Hay países cercanos a Venezuela tal como Colombia que no cuentan con leyes establecidas que estén en contra de los criptoactivos. En Venezuela tampoco existían leyes claramente establecidas en contra de la minería o de los criptoactivos, en Colombia el banco de la República como autoridad monetaria ha estado al margen del uso de las criptomonedas, expresando diversos comunicados y en la mayoría de estos pone en relación la Ley 31 de 1992, donde indican la no aceptación como moneda legal de las monedas

virtuales puesto que no cuentan con respaldo ni validación de un Banco central.

Esto fue expresado en el 2016 como: “En general las monedas virtuales no cuentan con el respaldo o la participación del Estado, ni forman parte de un sistema centralizado, controlado o vigilado. Al no tener atributo ni estar reconocidos o aceptados como una moneda que carece de valor intrínseco y, en consecuencia, su valor se deriva fundamentalmente de su uso en el mercado”.

### **Contratos inteligentes**

para mejorar el uso de la tecnología blockchain se ha visto significativamente mejorados por los llamados contratos inteligentes, que, básicamente, son contratos cuyos términos se registran en un lenguaje de programación determinado y son

ejecutados automáticamente por un sistema informático a partir de los datos que van siendo válidos y registrados en la base de datos distribuidas. (fiscalización de las criptomonedas y de la economía digital. 2020)

en pocas palabras el contrato inteligente es un motor de reglas que se tienen que cumplir en las negociaciones de las criptomonedas, como son programados no existe la probabilidad de pausas, censura o fraude. Por lo tanto, tienden a brindar confianza por su grado de transparencia, y son realizados para ser efectivamente para reducir costos y las operaciones tributarias realizadas.

### **Determinar cómo influyen las sanciones en aspectos de criptomonedas en la economía de Venezuela**

En Venezuela el 9 de abril del 2018 se crea la superintendencia Nacional de



Criptoactivos y Actividades conexas, que surge para evitar el descontrol de la actividad de criptoactivos y poner sanciones por el incumpliendo de las leyes, ya que anteriormente existían vacíos en las leyes para emplear las sanciones, porque únicamente procedían a la incautación de los artefactos para la minería digital, sin forma de sanciones para los usuarios arrestados.

El 2017 fue un año muy golpeado para el mundo de las criptomonedas en Venezuela. El presidente Nicolas Maduro terminó cerrando a Surbitcoin, el primer Exchange de criptomonedas que operó dentro de Venezuela. El portal terminó creando luego de que Banesco uno de sus principales bancos venezolanos cerró la cuenta corporativa del Exchange, impidiendo de esta manera las operaciones de compra-venta de criptomonedas con

bolívares. El Banco Banesco comento que había cerrado la cuenta por órdenes gubernamentales.

En este año también ocurrieron detenciones menores como decomiso de equipos de encriptación, en la incautación de maquinaria de minería de granjas pequeñas, entre otras. Las Sanciones al gobierno venezolano llevaron a que Wallets como Uphold, Airtm y Coinbase dejaran el país.

A finales del 2022 la plataforma de Uphold comunicó que ya no continuaría prestando sus servicios para los usuarios venezolanos, por las sanciones impuestas por el gobierno de los Estados Unidos a Venezuela

Airtm fue sancionada en Venezuela, pero se puede seguir abriendo con el uso de un VPN, esta fue sancionada por distribuir dinero de “la oposición venezolana” en el año 2020, el cual fue

el inicio de la pandemia por SARS COVID-19.

Coinbase salió de Venezuela por la mala relación de España con el gobierno Venezolano, cuando el rey de España mando a callar al presidente Hugo Chávez en una cadena de radio y televisión.

### **Petro (PTR)**

En el 2009 surgió la propuesta de su creación, por el presidente Hugo Chávez y en el 2017 se retoma una propuesta por el presidente Nicolas Maduro siendo la primera criptomoneda emitida por un gobierno venezolano, y respaldada por recursos de la República, representados sustancialmente por gas, oro y petróleo. Su tecnología se basa en Blockchain,

El Petro es una herramienta de intercambio financiero a nivel macro,

meso y micro económico, que permite la movilidad de recursos en cualquier nivel y la transformación digital de los mismos en su equivalente en cualquier tipo de divisa o criptomoneda, facilitando las transacciones comerciales y financieras entre los interesados. El estado Venezolano promoverá e incentivar el uso del Petro como objetivo de posicionar como opción de inversión, mecanismo de ahorro y medio de intercambio con los servicios públicos que presta, así como la venta de sus Commodities al exterior, la industria, el comercio y la ciudadanía general. (Petro hacia la revolución digital económica).

Incentivos para comprar Petro, en divisa internacionales tendrá un descuento del 3% para las primeras tres emisiones. El valor de liquidación del Petro en cualquier divisa internacional está sujeta a una tasa

administrativa del 5%. Plan de ahorro Stakin, con el cual usuarios prestaran apoyo a la red su dinámica este plan consiste en la emisión de recompensas pre definidas de acuerdo a la inmovilidad de los Petros en las Wallet de los usuarios. Por lo tanto, los usuarios que dejen ahorrado los Petros obtendrán una recompensa, dentro de los parámetros de la SUNACRIP y la TCV.

En el 2018 el presidente electo de los estados unidos, Donal Trump, firmo una orden ejecutiva que prohíbe realizar transacciones con el Petro (PTR), bitcoin o cualquier moneda digital, la orden ejecutiva 13827, enmendada, prohíbe que todas las transacciones vinculadas, provisiones de financiamiento y otros negocios por parte de una persona de Estados Unidos o dentro de Estados unidos, con cualquier moneda, divisa o ficha digital.

Por lo tanto, están sancionadas todas las operaciones con las autoridades o instituciones del país venezolano y si ocurre serán sancionados de igual modo los países que comercialicen con la criptomoneda Petro.

### **Sunacrip**

La superintendencia Nacional de Criptoactivos y actividades Conexas o nombradas con sus siglas como la Sunacrip. Es la primera institución pública con funciones exclusivas para organizar planificar, regular, promover y coordinar la adopción y el uso del criptoactivo soberano Petro, criptomonedas y activos digitales en Venezuela, así como construir la nueva Economía Digital. Este es un ente autónomo, regulador y supervisor de todas las actividades inherentes y derivadas del desarrollo del sistema integral de los criptoactivos en

concordancia con el plan de la patria con un gobierno digital.

Bajo la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No.41.575 del 30 de enero del 2019, nos establece que la Sunacrip se encargará específicamente en ser responsable de desarrollar, regular, y orientar el esquema de interacción, intercambio y uso de los activos digitales, las criptomonedas, blockchain y todas sus tecnologías asociadas. Con la Visión de desarrollar criptomonedas y activos digitales, como un mercado internacional capaz de desafiar a los sistemas financieros tradicionales.

**Unidades especiales de la Sunacrip:**

1) **Minería digital:** se encarga de regular, controlar y supervisar la actividad de minería digital en el país, que entre su competencia está registrada la minería digital

y las licencias de actividad minera.

2) **Servicio Cripto-financieros;** se encarga de regular, controlar, organizar, planificar, coordinar y desarrollar toda operación financiera de intercambio de capitales en criptoactivos, y otorga las licencias a las casas de intercambio, pasarelas de pago y certificado de criptotraders.

3) **Fiscalización:** Vela por el cumplimiento del marco jurídico que regula la actividad económica que se lleva a cabo usando criptomonedas, a través de la supervisión de los diferentes actores que integran el sistema integral de Criptoactivos.



**4) Promoción y desarrollo:**

Promueve el desarrollo, uso, formación, investigación y divulgación de las tecnologías de registros distribuidos y conexos, aplicadas a cualquier ámbito territorial.

**5) Prevención y legitimación:**

Fortalece los mecanismos de monitoreo, detección, análisis y remisión de actividades sospechosas vinculadas con ámbitos en todos el Sistema integral de Criptoactivos.

Por lo tanto, toda persona natural o jurídica, consejo comunal, comunas, entes públicas o privadas con alguna actividad criptoactiva deberán ser registrados en la Sunacrip.

Estas regulaciones tienen unos aspectos que tienen que ser tomados en cuenta cuando se vayan a declarar como impuestos tributarios.

Las criptomonedas se dan de baja cuando las ganancias o pérdidas originadas se reconocerán en los resultados del periodo. Los cuales son:

- 1) Cuando se transfiera a un tercero.
- 2) Cuando las entidades pierden el control de la Wallet donde están resguardadas.
- 3) Hayan perdido posición de generar beneficios económicos
- 4) Cuando no se pueda medir el valor razonable.

El valor razonable es el precio que se recibiría por la venta de un activo o se pagaría por la transferencia de un pasivo en una transacción ordenada en el mercado principal en la fecha de medición, en condiciones de mercado presente, independiente de si, ese precio es observado directamente,

exceptuando otras técnicas de valoración para determinar dicho valor.

Las criptomonedas son monitorizadas y se vuelven activos físicos cuando son cambiadas por dinero físico, no cuando se transfieren de wallets a wallets, y se contará como activo el valor de la moneda actual sea mayor o menor a su precio de adquisición.

### **Estafa PDVSA-cripto**

Este caso involucraría a la Sunacrip, por ser el responsable del control y vigilancia del comportamiento y evolución del Petro, se dio a conocer un presunto robo de 3000 millones de dólares provenientes de las cuentas por cobrar de las ventas del petróleo, el rumor desato provocó la renuncia de Tereck El Aissami quien era el ministro de petróleo, el ministerio público solicito abrir juicio para 22 personas detenidas en el marco de la operación de anticorrupción iniciada por el sistema de justicia el 17 de marzo del 2023 ese defalco suma 5.550.544.290.74 \$ de acuerdo datos vertidos por fiscalía en el documento interpuesto ante el tribunal

especial segundo de control de Caracas con competencia en corrupción y delito asociados para explicar o sustentar el juicio contra las 22 personas detenidas.

El ministerio público solicitó una lista detallada con nombres y apellidos de quienes integraban la red de corrupción, entre ellos figuran Joselit Ramírez, ex jefe de la sunacrip, José Agustín Chirino presidente de PDVSA-puertos.

### **Conclusión**

El mercado de la criptomoneda ha ayudado mucho a la población venezolana, a sobre llevar la crisis económica, tanto en inflación como en hiperinflación, incluyendo hoy día, las sanciones han influido a bajar el uso de este mecanismo de crear dinero. A inicio del año 2023 el mercado de los criptoactivos se encuentra bajo desde la caída de la Criptomoneda terra/Luna, y por los temores de inflación, recesión económica y de un endurecimiento agresivo por parte de la Reserva

Federal y otros Bancos Centrales a nivel mundial, pero más que todo es por la confianza que no le tienen sus usuarios.

Sunacrip no puede regular todas las formas de entradas y salidas de las criptomonedas en el país, y no obtiene el tributo por ello. Los tributos considerados internacionalmente como al impuesto agregado (IVA) como que las transacciones Bancarias no están sujeto al IVA, pero si se aplicara cuando estas Criptomonedas se vuelvan monedas del curso legal en el país, Impuesto sobre la renta las Criptomonedas son una forma de propiedad, un activo intangible, por lo tanto, al ser tratado de un activo que genera ganancia de capital. Sunacrip se encontraba involucrada en temas en

hechos de corrupción denominada estafa PDVSA-cripto,

### Referencia

Glenda Gonzales (2023) Autoridades detienen al superintendente de criptoactivos de Venezuela: Superintendencia Nacional de Criptoactivos y Actividades Conexas (2023): <https://sunacrip.gob.ve/es/>

Esparragoza, L. (2017, enero 28). *Desmantelan centro de minería de bitcoins con 11 mil equipos en Venezuela*: CriptoNoticias - Noticias de Bitcoin, Ethereum y criptomonedas; CriptoNoticias. <https://www.criptonoticias.com/judicial/desmantelan-centro-mineria-bitcoins-once-mil-equipos-venezuela/>

Eligio rojas (2023) FRG pidió juicio para 22 de operación antiguiso; <https://ultimasnoticias.com.ve/noticia/general/fgr-pidio-juicio-para-22-de-operacion-antiguisos/>

Aued Alejandro; Bordignon Gabriel; Gonzales, Rodrigo; Moren María y Vdell Gabriel (2020). Fiscalidad de las criptomonedas y de la economía digital

Dominguez, pedro; López, Mardo; Rivera, Nelson y Sandoval, Kimberly (2019) uso de criptomonedas como alternativa de alivio financiero al endeudamiento externo salvadoreño.

## **ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A TOOL IN THE PROFESSIONAL PRACTICE OF PUBLIC ACCOUNTING**

Adelaida Pirona  
Ángel Henríquez

### **Summary**

Artificial intelligence (AI) is an area of computer science focused on the development of intelligent machines that can function and react like humans, AI is good at automating repetitive tasks, uncovering hidden ideas and trends, as well as increasing accuracy. That is why we must invest in new technologies in accounting that give us the possibility of causing a very positive revolution in everything we are used to, the advance of automation in financial departments has been innovative, but it has always depended on the fixed instructions originally programmed into the tool, AI is being developed to incorporate the capacity for two new fundamental factors: learning and problem solving. Methodologically, this research is considered qualitative with documentary analysis, since it is based on texts and others. For the development of this study, Artificial Intelligence, its definition and applications, will first be studied. Secondly, the activities carried out by a public accountant that can be carried out by AI will be reviewed. Thirdly, the benefits of AI in the professional practice of public accounting will be analyzed. It can be concluded that Artificial Intelligence is a valuable tool in the professional practice of public accounting, since it would streamline processes and the probability of error would be low. It is important to highlight that AI would save time for accountants, which they can use in analyze the information, which offers real value to the business. Keywords: Process automation, accounting, artificial intelligence.

## **LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HERRAMIENTA EN EL EJERCICIO PROFESIONAL DE LA CONTADURÍA PÚBLICA**

### **Resumen**

La inteligencia artificial (IA) es un área de la informática centrada en el desarrollo de máquinas inteligentes que puedan funcionar y reaccionar como los seres humanos, la IA es buena para automatizar las tareas repetitivas, descubrir ideas y tendencias ocultas, así como aumentar la precisión. Es por eso que se debe invertir en nuevas tecnologías en la contabilidad eso nos da la posibilidad de causar una revolución muy positiva en todo lo que estamos acostumbrados, el avance de la automatización en los departamentos financieros ha sido innovador, pero siempre ha dependido de las instrucciones fijas originalmente programadas en la herramienta, la IA se está desarrollando para incorporar la capacidad de dos nuevos factores fundamentales: el aprendizaje y la resolución de problemas. Esta investigación metodológicamente se considera cualitativa con análisis documental, por cuanto se sustenta de textos y otros. Para el desarrollo de este estudio primero se estudiará la Inteligencia Artificial su definición y aplicaciones. En segundo lugar, se revisarán las actividades



realizadas por un contador público que puedan ser realizadas por la IA. En tercer lugar, se analizarán los beneficios de la IA en el ejercicio profesional de la contaduría pública. Se puede concluir que la Inteligencia Artificial es una herramienta valiosa en el ejercicio profesional de la contaduría pública, puesto que agilizaría los procesos y las probabilidades de error sería bajas, es importante resaltar que la IA les ahorraría tiempo a los contadores, que pueden utilizar en analizar la información, que ofrezca un valor real al negocio.

Palabras Clave: Automatización de procesos, contabilidad, inteligencia artificial.

### **Introducción**

Las nuevas disrupciones tecnológicas esperan cambiar, casi por completo, el paradigma en el que vivimos, una de las tecnologías que propiciará muchos de esos avances será la Inteligencia Artificial y sus numerosas aplicaciones derivadas, las cuales representa un conjunto de disciplinas de software, lógica, informática y filosofía que están predestinadas a hacer que las PC realicen funciones que se pensaba que eran únicamente humanas, como percibir el significado en el lenguaje escrito o hablado, aprender, entre otras funciones que no se consideraban posibles.

En este sentido es posible inferir que su potencial es ilimitado y al automatizar las tareas administrativas, proporciona la oportunidad de que los contadores puedan dedicar más tiempo a analizar e interpretar otros datos por extraer el valor real de los mismos para el negocio de sus clientes. La inteligencia

artificial es capaz de cargar documentos de manera automática, comprender las entradas y hasta clasificarlas correctamente en códigos contables, esto sería una herramienta de gran utilidad ya que permitiría agilizar los procesos y minimizar la probabilidad de errores, lo que permitirá que los contadores tengan más tiempo para analizar los datos y de esta manera realizar actividades que generen valor a sus clientes.

### **Contabilidad**

En principio vamos a definir la contabilidad, ya que esta constituye una herramienta clave para conocer en qué situación y condiciones se encuentra una empresa y con esta información poder definir las estrategias y cambios necesarios para mejorar su rendimiento económico.

Cervantes (2019), cita la definición de contabilidad según las Normas de

Información Financiera de Contabilidad. “Las Normas de Información Financieras definen a la **Contabilidad como una técnica** que se utiliza para el registro de las operaciones que afecten económicamente a una entidad y que produce sistemática y estructuralmente información financiera.”

En sintonía con esta definición, podemos decir que estos registros se realizan mediante un proceso contable el cual no es más que un ciclo mediante el cual se registran y procesan todas las operaciones que se llevan a cabo en una empresa a lo largo del ejercicio económico. Catacora (2009) citado por Elizalde (2018);

Afirma que la contabilidad es el lenguaje utilizado por los empresarios para poder medir y presentar los resultados obtenidos en el ejercicio económico, la situación financiera de las empresas, los cambios en la posición financiera y/o en el flujo de efectivo.

Según lo expuesto anteriormente, la contabilidad es utilizada por los empresarios para presentar los resultados obtenidos en un ejercicio económico a través de los Estados financieros.

## Procesos Contables

Ahora bien, la contabilidad formada por los registros de las operaciones de las empresas, dichos registros se hacen siguiendo unos procesos contables. Estos procesos están conformados por una serie de pasos que permiten identificar, registrar, organizar y presentar las diferentes operaciones contables y financieras que tiene una empresa.

Elizalde (2019). Cita a:

Catacora (2012), el proceso contable son todas aquellas consecuencias de pasos e instructivos que se utilizan para el registro de las transacciones u operaciones que realiza una empresa en los libros de contabilidad. De igual manera, se define como la operación diaria ordinaria de un sistema particular de cuentas. (p.257)

Tal como lo indica el texto citado, los procesos contables son todos aquellos pasos e instrucciones que se realizan para registrar las transacciones y operaciones que realiza una empresa en los libros de contabilidad.

Espiñeira (2010), los procedimientos contables

son una operación diaria de un sistema particular de cuentas, es decir, es un registro de operaciones realizadas en un sistema de contabilidad, los cuales están referidos a cuentas, cargos, créditos a las mismas, activos, pasivos y capital, resumen del funcionamiento de los débitos, créditos, registro de las operaciones, cuentas por cobrar y pagar, el diario, el mayor con sus pases, determinación de las cuentas, balanza de comprobación. (p.257)

De esta manera, los procedimientos contables ayudan a registrar de manera correcta cada una de las operaciones que se realizan en la empresa, estos registros se realizan en un sistema contable el cual está asociado a una cuenta, el cual va a llenar los registros en los libros contables. Luego de realizar el análisis teórico se puede concluir que, el proceso contable es el inicio de una estructura, el cual está vinculado mediante registros o transacciones que se realizan a diario las cuales son plasmadas en los libros contables, utilizados para el análisis de las cuentas que conforman los estados financieros.

### **Procesos contables en las organizaciones empresariales**

Todas las organizaciones deben realizar los procedimientos contables que permitan obtener información financiera, Elizalde (2019). Cita a:

Para Jiménez (2015), la información contable en las organizaciones empresariales es una fuente de oportunidades para la gestión administrativa, fiscal, contable, además de financiera; la contabilidad como sistema de información, a partir de los años noventa, ha sido producto no sólo de las exigencias de las organizaciones empresariales en el orbe global, también, de las organizaciones reguladoras que en la urgencia de dar cuenta de estos nuevos requerimientos, ha propiciado la creación de los estándares internacionales de información financiera, que ha permitido normalizar la presentación de estados financieros a nivel mundial. (p.260)

Agreda Palacios (2013), para quien el proceso de globalización de las economías, así como el uso de las tecnologías de la información han introducido importantes cambios al entorno financiero, la forma de hacer negocios y el

intercambio de información financiera, minimizando barreras derivadas de la distancia física. Cada vez más el dinamismo de los mercados exige mayor y mejor información, por lo tanto, no resulta cuestionable afirmar que, la eficiencia del mercado de capital mundial, depende en gran parte de la disponibilidad y oportunidad de información transparente, comparable y relevante. (p.261)

De lo expuesto por los autores podemos concluir, que toda organización empresarial requiere de información contable, ya que la gestión tanto administrativa, fiscal y financiera depende de ella para la toma de decisiones y más en una economía tan dinámica en estos tiempos.

### **Elementos Contables**

Esos procesos contables mencionados anteriormente, están formados por elementos contables. Elizalde (2019) cita los siguientes autores:

En este sentido, para Revilla (2011), se presentan a los elementos del proceso contable como un sistema total, donde su desarrollo contará con el apego al conjunto de principios contables de aceptación

general, procedimientos preestablecidos para el desarrollo del proceso del registro contable de las actividades, registros y formularios legales, además del plan de cuentas, el cual es detalle de las diferentes cuentas que se utilizan para registrar las transacciones que efectúe la empresa. Por lo tanto, deberán existir un número suficiente de cuentas para reflejar los activos, pasivos, pérdidas y ganancias que se vayan presentando de acuerdo a las actividades desarrolladas por la empresa. (p.258)

Por otra parte, Espiñeira (2010), describe los bienes, derechos y obligaciones que forman parte del patrimonio de una empresa. Siendo cinco elementos básicos que componen la contabilidad; activo, pasivo, capital o patrimonio, gastos e ingresos. Todos deben seguir un itinerario lógico para su adecuado registro contable, cuyos pasos son: definición, reconocimiento y medición, los cuales quedan reflejados en los estados financieros (p.258)

En conclusión, a los planteamientos expuestos por los autores citados, donde hacen referencia a los elementos del proceso contable, estos están conformados por activos, pasivos y patrimonio de una empresa, los



cuales deben pasar por unos pasos de transformación durante su registro.

### **Pasos del Proceso Contable**

Los procesos contables están formados por una serie de pasos denominado ciclo contable. Elizalde (2019) cita los siguientes autores:

Catacora (2012), denomina ciclo contable o proceso contable, al conjunto de registros contables efectuados en los diferentes libros de contabilidad con origen en las operaciones que realiza la empresa y que afectan a su patrimonio en un ejercicio económico. Durante el ejercicio económico se deben elaborar distintos documentos que se integrarán en los libros contables. Estos documentos son: 1) Balance de situación, 2) Asiento de apertura, 3) libros mayores, 4) Asiento de operaciones, 5) Operaciones previas a la determinación al resultado de la empresa, 6) Asientos de regulación, 7) Asiento de cierre, 8) Balance de situación, 9) Cuentas anuales. (p.259)

“Bravo (2011), el proceso contable denominado también ciclo contable constituye la serie de pasos o la secuencia que sigue la información contable desde el origen de la transacción hasta la presentación de

los Estados Financieros.” Estos pasos del proceso contable también denominado ciclo contable es el registro de los diferentes documentos que integran la información de los documentos mencionados.

### **Automatización de los Procesos Contables**

La automatización de los procesos contables ayuda agilizar distintas operaciones contables a través de rutinas y patrones, para generar los asientos de los registros de las operaciones que realiza la empresa.

Elizalde (2018). Cita a: Ochoa (2016), “La Automatización

Contable aprovecha las herramientas tecnológicas a su alcance, para facilitar el proceso de contabilidad de una empresa. Es una forma moderna de llevar las cuentas, pero sin dejar de cumplir su función principal, contabilizar.” Según lo citado por el autor, ciertamente estas herramientas tecnológicas facilitan la contabilización de las operaciones cumpliendo con las normativas y procesos.

En palabras de García (2022). La **automatización de procesos contables** está

basada en el uso de la tecnología para realizar el proceso de contabilidad de una empresa. Durante los últimos años un gran número de procesos que se realizan en las empresas se ha automatizado; este es el momento para la contabilidad. Sin embargo, muchas empresas siguen con la realización de los procesos manuales en la contabilidad, lo que conlleva a la pérdida de tiempo, recursos y dinero.

En este orden de ideas, podemos concluir que la automatización de los procesos contables a través del uso de la tecnología, constituyen un beneficio para las empresas, ya que reduce la pérdida de tiempo, recursos y dinero. Estos procesos no deben ser realizados necesariamente por un Contador Público, puesto que no forma parte del ejercicio profesional de la contaduría pública, tal y como lo establece la Ley de Ejercicio Profesional de la Contaduría Pública en su artículo 9.

**Artículo 9.** No constituye ejercicio profesional de la contaduría pública el desempeño de las siguientes actividades: llevar libros y registros de contabilidad; formular balances de comprobación o estados financieros;

actuar como auditor interno; preparar informes con fines internos; preparar e instaurar sistemas de contabilidad; revisar cuentas y métodos contables con el propósito de determinar la eficacia de los mismos.

En este sentido, la IA no constituye un riesgo en el ejercicio profesional, todo lo contrario, le permitirá realizar de manera más eficientes el análisis de los Estados Financieros.

### **La Inteligencia Artificial**

En la actualidad mucho se habla de la Inteligencia Artificial y sus bondades en los procesos automatizados, pero todavía sigue siendo un misterio para muchas personas. Para continuar con nuestra reflexión, examinemos estos significados de acuerdo con el campo del conocimiento en cuestión. La Real Academia Española define la inteligencia como “Conocimiento, comprensión, acto de entender”. En otras palabras, la inteligencia es la capacidad de entender y esto se refiere a las facultades mentales. Por otra parte, Rigobert (2020) cita a Mantaras quien piensa que:

La inteligencia no es una característica exclusiva de los humanos. En la

naturaleza existen muchos animales que exhiben un comportamiento inteligente, en el sentido de que planifican, son capaces de prever las consecuencias de sus acciones y emplean útiles o herramientas para conseguir sus propósitos. (p.9)

De acuerdo a lo citado anteriormente, Mantaras llega a la conclusión de la existencia plural de la inteligencia, por lo que es que es más correcto hablar de inteligencias que de inteligencia, ya que estas características no son exclusivas de los humanos, ya que los animales también poseen estos comportamientos. Ahora definiremos Artificial, la cual está definida por la Real Academia Española como “Producido por el hombre”, definir este concepto es menos complicado que la inteligencia.” Teniendo la definición de por separado de Inteligencia y Artificial, compartiremos la definición de Inteligencia Artificial de Nilsson, citado por Rigobert (2020).

La inteligencia artificial (IA), en una definición amplia y un tanto circular, tiene por objeto el estudio del comportamiento inteligente en las máquinas. A su vez, el comportamiento inteligente supone percibir, razonar,

aprender, comunicarse y actuar en entornos completos. Una de las metas a largo plazo de la IA es el desarrollo de máquinas que puedan hacer todas estas cosas igual, o quizá incluso mejor, que los humanos. Otra meta de la IA es llegar a comprender este tipo de comportamiento, sea en las máquinas, en los humanos o en otros animales.

Según lo expuesto anteriormente, la IA tiene como objetivo desarrollar máquinas que puedan percibir, razonar, aprender, comunicarse y actuar igual o incluso mejor que los humanos. En palabras de:

Bongianino et al. (2019). El término inteligencia artificial representa un conjunto de disciplinas de software, lógica, informática y filosofía que están destinadas a hacer que las PC realicen funciones que se pensaba que eran exclusivamente humanas, como percibir el significado en el lenguaje escrito o hablado, aprender, reconocer expresiones faciales, etc. El campo de la inteligencia artificial tiene una larga historia tras de sí, con muchos avances anteriores, como el reconocimiento de caracteres ópticos, que en la actualidad se consideran como algo cotidiano. (p.5)

Tal como se plantea el texto citado la IA es un conjunto de disciplinas de la informática que tienen como objetivo que las PC realicen funciones que se pensaba que eran exclusivamente de los humanos, a lo largo de la historia la IA ha venido avanzando como el reconocimiento óptico que en la actualidad forma parte de lo cotidiano.

Tolosa, López (2023) cita a Rigo.

Rigo, (2019), destaca que la IA presenta tantos desafíos como oportunidades para las organizaciones gubernamentales, se encuentran los avances tecnológicos permitiendo la automatización de actividades del día a día y se evidencia una mejora en la eficiencia operativa, este autor aboga por la colaboración efectiva entre humanos y máquinas donde se resaltan los aportes que cada uno puede ofrecer ante los servicios públicos adaptados a una necesidad social. (p.8)

Según lo destacado por el autor, la IA presenta tanto desafíos como

oportunidades para las organizaciones gubernamentales ya que se evidencia una mejora en la eficiencia operativa.

Bongianino et al. (2019). Desde hace tiempo las áreas financieras vieron como la aplicación de la Inteligencia Artificial permitía el cambio en la gestión y administración de las empresas. Fueron las primeras en innovar y liderar la evolución tecnológica aplicándolo a su propia gestión, cambiaron los libros de contabilidad por sistemas informáticos, emplearon soluciones para conectar diferentes fuentes de información, etc. Fueron pioneros en la creación de centros de servicios e implementaron políticas de externalización de dichos procesos financieros.(p.8)

La estructura de implementación del proceso de la inteligencia artificial en la auditoría, tal como la refiere la Universidad de Oxford, se presenta de la siguiente manera:





De acuerdo con lo señalado anteriormente, el área financiera viene aplicando la IA desde hace un tiempo aplicándolo a su propia gestión, realizando cambios en los libros contables por sistemas informáticos. Si bien la IA es una herramienta de gran ayuda para los auditores esta nunca podrá sustituirlos, si observamos la estructura anterior esta nos indica que el auditor interviene en dos de los tres procesos que se presentan, al inicio que es diseñar y planear, donde se realiza un análisis general de la organización, establecer cronogramas y elaborar el presupuesto. En el tercer proceso que es la toma de decisiones y generación de informes

**Reflexiones**

En los últimos años la tecnología ha avanzado de una forma bastante

acelerada y con ello han surgido nuevas tecnologías, entre ellas la Inteligencia Artificial, la cual vino a cambiar la forma en la que veníamos trabajando los profesionales de la Contaduría Pública. En base a lo expuesto en esta investigación podemos concluir lo siguiente sobre la Inteligencia Artificial como herramienta en el ejercicio profesional de la Contaduría Pública:

1. La Inteligencia Artificial es buena para realizar tareas repetitivas, ya que funciona a través de códigos y algoritmos. Entre las tareas que podría realizar a través de códigos y algoritmo están los registros de entradas y Salidas del inventario, cargar documentos de forma automática, comprender las entradas y hasta clasificarlas

- correctamente en códigos de contabilidad, dar respuestas automáticas a las preguntas e inquietudes que tengan los clientes.
2. La automatización de procesos contables es solo un paso más para la sistematización de todos los procesos de las pequeñas y grandes empresas, con el propósito de optimizar tiempo y recursos. Al tener la posibilidad de agilizar procesos y automatizar tareas complejas, se puede enfocar ese tiempo en tareas más estratégicas para la empresa.
  3. Probabilidad de error mínima, ya que son sistemas fiables con un porcentaje bajo de error.
  4. Permite mejor protección y control financiero, ayudando a corregir los errores contables generados por la intervención humana.
  5. En el área de auditoría también es de gran aporte para actividades como el inventario, se pueden utilizar drones con inteligencia artificial y reconocimiento de imágenes para analizar información, cargarla y transmitir automáticamente estos datos a una oficina central.
  6. Reduce los riesgos de fraude ya que permite crear acciones preventivas más informadas, como identificar patrones en las cuentas por cobrar que podrían indicar problemas de cobro realizando cruces de información. La detección de fraudes y el lavado de activos, por ejemplo, servirían para identificar transacciones sospechosas o patrones en los datos que podrían indicar actividades ilegales, detectar transacciones con terceros con los que no hay una clara relación comercial y hasta pagos de servicios que no tienen relación con la actividad de la empresa.
  7. Calcular impuestos de manera más eficiente. La IA se puede usar para calcular automáticamente los impuestos de la empresa y acceder a beneficios tributarios que podrían reducir la carga fiscal de la empresa.

8. La IA para finanzas y contabilidad se utiliza para analizar grandes cantidades de datos con velocidad y a escala.
9. Sirve para detectar las anomalías en el sistema y optimizar el flujo de trabajo.
10. Ayuda a los profesionales de finanzas a tomar decisiones comerciales, según la información que procesan en tiempo real. De ese modo, las empresas pueden realizar pronósticos de flujo de efectivo a través del uso de datos, predecir las dificultades económicas del negocio y tomar medidas para protegerse de la situación con anticipación.

Si bien es cierto que la Inteligencia Artificial trae muchos beneficios en la contabilidad, también tiene sus limitaciones, ya que carece de razonamiento y de intuición, entonces siempre va a existir la necesidad de un responsable y este debe estar preparado para asumir los retos y cambios que se vayan presentando a medida que la tecnología avance. Para los contadores que quieran mantenerse en el tiempo deben ampliar

su visión y prepararse para las nuevas herramientas tecnológicas, tener conocimientos de sistemas, solucionar problemas, tener conocimientos comerciales y ser capaces de adaptarse al cambio que van a permitir que ofrezcan otros servicios profesionales a las empresas, en otras áreas.

Los contadores debemos garantizar que los sistemas de IA apliquen los procedimientos adecuados de manera coherente y que después fluyan correctamente a través del sistema para obtener un resultado regular y exacto. Pensar que los contadores van a ser sustituidos completamente por la IA no es cierto, ya que siempre se va a requerir de la experiencia, análisis y asesoría de los mismos, lo que si es cierto es que la metodología de llevar y realizar la contabilidad si está cambiando, por lo que hay que estar dispuestos a adaptarse a los cambios que las tecnologías van exigiendo y así prepararnos para las oportunidades.

#### **Referencias**

Bogiano, Sánchez y Sosisky. (2019).

**La aplicación de la inteligencia artificial en la contabilidad privada y en el sector gubernamental.**

Disponible en línea:

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/89910>

Cervantes (2019) **Qué es la contabilidad**. Definiciones distintos autores. Disponible: <https://contadorcontado.com/2019/11/04/que-es-la-contabilidad-definiciones-distintos-autores/>

Elizalde, Letty Karina 2019. **El proceso contable según las normas internacionales d información financiera**. Disponible en línea: [https://cienciadigital.org/revistaciencia-digital2/index.php/CienciaDigital/article/download/813/1960/#:~:text=Para%20Catacora%20\(2012\)%2C%20el,un%20sistema%20particular%20de%20cuentas.](https://cienciadigital.org/revistaciencia-digital2/index.php/CienciaDigital/article/download/813/1960/#:~:text=Para%20Catacora%20(2012)%2C%20el,un%20sistema%20particular%20de%20cuentas.)

Elizalde, Letty Karina (2018). **Automatización Contable Como Herramienta Tecnológica Para Simplificar Procesos de Contabilidad en Organizaciones**. Disponible en línea: <https://www.eumed.net/rev/ce/2018/3/automatizacion-contable.html#:~:text=Para%20Ochoa>

%20(2016)%2C%20la,cumplir%20su%20funci%C3%B3n%20principal%2C%20contabilizar.

García Semanate Juan David (2022). **Automatización de procesos contables**. Disponible: <https://actualicese.com/automatizacion-de-procesos-contables/>

**Ley del Ejercicio Profesional de La Contaduría Pública** (1973). Disponible en línea: [http://www.fccpv.org/files/1973\\_Ley\\_d\\_e\\_Ejercicio.pdf](http://www.fccpv.org/files/1973_Ley_d_e_Ejercicio.pdf)

Rigobert, Desiré (2020) **Inteligencia Artificial, una Palanca de Desarrollo Humano Integral en África: Oportunidades y Desafíos Éticos Y Antropológicos**. Disponible en línea: <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/48122/1/DEA001239.pdf>

Tolozá López (2023). **Los Impactos de la Inteligencia Artificial en el Rol del Contador Público**. Disponible: <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/dbdb1afb-0500-4dd0-af83-c6383591833f/content>



## **ORGANIZATIONAL COMMUNICATION AS A MANAGEMENT SUPPORT FOR THE CONTINUOUS IMPROVEMENT OF THE STAFF**

Marquina Esther

### **SUMMARY**

Man has always sought, through multiple methods to communicate, to obtain socialization and union with other people, The research has as Objective: Analyze organizational communication as management support for the continuous improvement of personnel, it was based on Andrade's Theory of Organizational Communication. In this vein, the research is descriptive, based on a field design, analyzing problems in reality. In order to carry out the investigation, it was necessary to study in detail a group of people or collective, which would be represented by 40 people. To guarantee effective organizational communication for the improvement of business management, all employees must participate in basic communication skills, starting with developing the following: listening, communicating and the design of an effective question and answer mechanism, within their internal or external communications, working as a single team to achieve the objectives.

Keywords: Organizational Communication, Importance, Channels, Networks, Dimensions

## **LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO SOPORTE DE GESTIÓN PARA LA MEJORA CONTINUA DEL PERSONAL**

### **RESUMEN**

El hombre siempre ha buscado, a través de múltiples métodos comunicarse, para obtener la socialización y la unión con otras personas, La investigación tiene como Objetivo: Analizar la comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal, la misma se sustentó en la Teoría de la Comunicación Organizacional. En este orden de ideas, la investigación es de tipo descriptiva, basada en un diseño de campo, analizando problemas en la realidad. Con el propósito de llevar a cabo la investigación fue preciso estudiar en detalle un grupo de personas o colectivo, la misma estar representada por 40 personas. Para garantizar una comunicación organizacional efectiva para la mejora de la gestión empresarial, todos los empleados deben participar en las habilidades básicas de comunicación, empezando por desarrollar las siguientes: escuchar, comunicar y el diseño de un mecanismo eficaz de preguntas y respuestas, dentro de sus comunicaciones internas o externas, trabajando como un solo equipo para lograr los objetivos.

Palabras Claves: Comunicación Organizacional, Importancia, Canales, Redes, Dimensiones.

## Introducción

Haciendo retrospectiva en la historia de la humanidad, el hombre siempre ha buscado, a través de múltiples métodos comunicarse, para obtener la socialización y la unión con otras personas, en este orden de ideas, con el devenir de los años han ido surgiendo organizaciones de familia, trabajo y grupos con propósitos comunes, cabe destacar que uno de los objetivos principales es la comunicación, organización, la alimentación, asimismo, la seguridad, la salud entre otros. En concordancia a lo anterior, las organizaciones fueron adquiriendo forma transformándose en complejas, adaptándolas a los diversos avances de la ciencia, la tecnología y de la filosofía.

En referencia, Góngora y Cicatelli (2013:7) define la organización de la siguiente manera: “la organización está compuesta por un conjunto de personas con una o más funciones asignadas”. En concordancia, con lo citado; la organización en sí misma, es una entidad cuya existencia obedece a una finalidad, constituida por individuos que trabajan sujetos a una relación,

debe existir comunicación entre ellos para lograr actividades coordinadas, mediante la interacción con el medio ambiente y al mismo tiempo un clima interno característico. Es importante señalar que la comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal, tiene como finalidad garantizar un entendimiento claro de los objetivos de una organización, asimismo sus relaciones interpersonales lo que conllevará a tener un ambiente de trabajo agradable y que las actividades fluyan de manera satisfactoria.

En Venezuela, actualmente las personas son conscientes, que las empresas se preocupan cada vez más porque el trabajador o trabajadora, se sienta bien dentro de las organizaciones, proporcionándole un excelente ambiente laboral; por tal razón, existe una clara tendencia de estas a buscar estrategias que puedan contribuir para su logro, entre esas esta la comunicación organizacional, que ha sido uno de los ejes fundamentales para enfrentar los retos concernientes a expansión en los mercados y la competitividad, asimismo, la nueva era

de la tecnología, en este sentido, con una buena comunicación la forma de pensar y actuar a nivel interno y externo de la organización genera un cambio en el comportamiento humano, tales como: actitudes positivas, decisiones acertadas, soluciones de problemas y trabajo colaborativo, para dar frente a un mundo globalizado.

En este mismo orden de ideas, la comunicación organizacional; paso a formar parte importante para el fortalecimiento y desarrollo de las instituciones, transformando los vínculos, proyectando la práctica, el trabajo cooperativo, como un proceso transversal, que hace una mejor gestión y apropiación de la cultura organizacional, mediante la interacción de los empleados alrededor de las actuaciones de la organización. Haciendo referencia en el Estado Carabobo, la comunicación se ha convertido en uno de los ejes centrales de las empresas, ya que por medio de ella existe una mejora en las relaciones comunicativas, que se ve reflejada en el desenvolvimiento del personal mostrando una mejor imagen e identidad propia.

La investigación tiene como Objetivo: Analizar la comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal, la misma se sustentó en la Teoría de la Comunicación Organizacional. Andrade (2005:17) expresa que la comunicación organizacional: “es el medio fundamental para el hombre, puesto que a partir de cierto límite de edad debe ser partícipe de una sociedad donde pueda obtener beneficio económico que lo hace poder subsistir hoy en día”. Como lo indica el autor, el tema de la comunicación toma diferentes perspectivas para muchos, lo que hace que se genere diferentes puntos de vista hacia esta temática.

Es importante señalar, que es un proceso social, una disciplina y un conjunto de técnicas que impulsan a las personas a crear vínculos generando un lazo de forma natural, donde serán capaces de transmitir lo que desean expresar. Por tan razón, el saber comunicarte, expresar adecuadamente ideas, conocer las formas correctas de hablar, escribir y leer, forma parte de habilidades esenciales para la

convivencia social y el desempeño tanto escolar como profesional.

### **Comunicación Organizacional**

En referencia Chiavenato (2000:248) señala que: “la comunicación implica la transferencia de información y significado de una persona a otra. Es el proceso de transmitir información y comprensión entre individuos”.

La manera de relacionarse con datos, ideas, valores, entre otros. Una transacción entre un mínimo de dos personas. Implica la capacidad de transmitir, comprender y recibir ideas, pensamientos u otros de manera verbal o no verbal para transferir información con exactitud.

### **Importancia de Comunicación Organizacional**

De acuerdo a Robbins (2009:355), define la comunicación “como la transferencia y comprensión de significados”. Cualquier idea, por buena que sea, es estéril hasta que se transmite y los demás la comprenden. La comunicación perfecta, se daría cuando un concepto o idea se transmitiera en forma tal que la imagen mental del receptor fuese exactamente

la misma que concibió el emisor. La comunicación trasmite los mensajes de un grupo a través de tres tipos de comunicación: oral, escrita y no verbal. Principalmente nos comunicamos por el medio oral con discursos, rumores y/o chismes. Permite ser veloz y obtener una retroalimentación en tiempo mínimo sobre la comprensión del mensaje.

La comunicación escrita puede darse a través de memos, cartas, correo, mensajería u otro medio que permita símbolos o palabras escritas. Usualmente es preferible como medio tangible que se transmitió un mensaje, permite realizar consultas sobre el mismo contenido enviado y hacer referencias en base al mensaje. No obstante, puede tomar mayor tiempo en realizar el mensaje antes de enviarlo a un receptor y la retroalimentación puede no ser inmediata a diferencia de la comunicación oral.

Por último, está la comunicación no verbal; puede entenderse como una mirada, un gesto de manos, una expresión corporal, tono de voz u otras muestras físicas. El lenguaje corporal como también se le conoce, como un



agregado a la comunicación verbal y con frecuencia agrega complejidad a la comunicación, pues no es preciso y puede o no tener un significado asociado.

En referencia Hellriegel y Slocum (2009:11) existe también la comunicación asertiva, “expresar con confianza lo que se siente, piensa y cree, al tiempo que respeta el derecho de otros a tener puntos de vista diferentes”. Este tipo de comunicación no es mencionado por otros autores, pues se sobreentiende como un requisito existente para mantener una comunicación eficiente y transparente entre emisor y receptor.

### **Canales y Redes de Comunicación Organizacional**

Así como existen tipos de comunicación, también la dirección de donde nace el mensaje y el canal a utilizar. Según Chiavenato (2000), existen tres tipos de canales formales:

- La comunicación descendente, procede de la dirección o alta gerencia (el tope de la jerarquía). Se suele utilizar para transmitir instrucciones, políticas,

servicios o temas de carácter obligatorio. Como, por ejemplo: lineamientos, procedimientos, políticas, instrucciones u otra información obligatoria.

- La comunicación ascendente, la cual circula desde la base de la empresa hacia arriba, suele ser el dialogo diario, un buzón de información o las encuestas de clima o satisfacción que se toman cada cierto periodo. Su objetivo es obtener información que el empleado no manifiesta en ambientes formales, pero pueden repercutir en su desempeño o el clima laboral.
- La comunicación horizontal. Este tipo se efectúa entre personas de jerarquías similares, busca la coordinación y armonía de sus miembros. Este estilo a su vez, puede replicarse entre personas de distintas jerarquías, manteniendo el sentido de igualdad. (p.1)

## **Dimensiones de la comunicación organizacional**

En referencia Restrepo (1995), plantea el establecimiento de cuatro (4) Dimensiones, las cuales están presentes en los procesos de comunicación al interior de una organización, a saber:

- 1. Información:** en el configurador de las operaciones que son objeto de cada organización. Esta dimensión hace referencia a todas y cada una de las transacciones de planificación y control, que se realizan para que la organización entre en funcionamiento.
- 2. Divulgación:** son todas las actividades estructuradas para exteriorizar a la organización en su entorno.
- 3. Generador de Relaciones:** las cuales están encaminadas a la formación, la socialización y /o el

refuerzo de procesos culturales.

**4. Participación:** en donde explícitamente se le da la palabra al otro, se le escucha y se le reconoce. (p.78)

## **METODOLOGÍA**

Es importante señalar que, la comunicación organización para una mejor gestión, es ese conjunto de acciones, y actividades que se llevan a cabo para transmitir o recibir una información determinada a través de diversos medios, con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados dentro de una institución u organización empresarial. En este orden de ideas, la investigación es de tipo descriptiva, en referencia Delgado de Smith (2008:249) “están dirigidas a reseñar las características primordiales de un fenómeno, siendo obligatoria una precisión en el momento de la medición de las dimensiones objeto de estudio”. vale decir, este tipo de investigación da un gran aporte al medir, aunque sea de manera independiente, los conceptos, variables o dimensiones, ello permite saber cómo es y cuáles son las

maneras que estos tienen de manifestarse.

En este sentido, las investigaciones de tipo descriptivo, trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta, además sirve para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. En concordancia a lo anterior, se encuentra basada en un diseño de campo, analizando problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y los factores constituyentes. Según Martínez (2006:88) el diseño de campo “aquella actividad que consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables.”. Es decir, estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

Con el propósito de llevar a cabo la investigación fue preciso estudiar en detalle un grupo de personas o

colectivo determinados, por lo cual Picón y Melian (2014:103) señalan “la unidad de análisis puede configurarse como una integración de dos o más cuerpos teóricos que en forma complementaria ofrezcan mejores respuestas al problema planteado”. La misma está representada por 40 personas.

Cabe destacar, que, para la recolección de datos, se empleó la técnica encuesta, la misma, encierra un conjunto de recursos destinados a recoger, proponer y analizar informaciones para lo cual hace uso de un cuestionario u otro tipo de instrumento. Delgado de Smith (2008:284) “es la recopilación de datos que se realizan de forma escrita por medio de preguntas abiertas, cerradas, dicotómicas, por rasgos, de opinión múltiple”.

Se realizó a través de preguntas abiertas, brindando la oportunidad a los participantes de expresar de forma amplia sus opiniones, donde inicialmente se explicó la importancia del presente estudio, así como el objetivo; seguido a esto se les pidió que valoraran sus percepciones con

respecto a la comunicación organizacional, dando las respuestas a los ítems planteados en el instrumento. La investigación fue realizada en la empresa Pinturas Everest C.A, ubicada en Valencia estado Carabobo. La validez de contenido de acuerdo a Delgado de Smith, Colombo y Orfila (2002:72) "...está representada por el grado en que una prueba representa el universo de estudio". Por tal motivo, deben seleccionarse los indicadores e ítems de tal manera que estos respondan a las características peculiares del objeto de estudio

**RESULTADOS**

Para Scheinsohn (1993:3) afirman "la comunicación, es un hecho fundante de las relaciones en las organizaciones, las cuales se entablan, mantienen y fomentan a través de ella". Es importante señalar que, el acto comunicativo faculta el entendimiento entre la alta gerencia y los empleados, en la medida en que trata de articular los diversos intereses, expectativas y necesidades conducentes.

**Tabla 1. Ítems de la encuesta**

La comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal	
Nº	Ítems
1	¿Para usted que es la comunicación?
2	¿Qué elemento considera indispensable para que exista la comunicación?
3	¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza con más frecuencia para realizar sus actividades de trabajo?
4	¿Por cuál medio de comunicación usted se entera de los cambios que se dan en la organización?
5	¿Considera usted que cuenta con las destrezas necesaria para comunicarse?
6	¿Cómo califica las habilidades de los gerentes para comunicarse con su equipo de trabajo?
7	¿Cuáles son los problemas de comunicación en la empresa y como podrían ser resueltos?

Fuente: Propia (2023)

Por lo anterior descrito, mediante la encuesta realizada al grupo de personas participantes en la investigación, se obtuvo lo siguientes resultados: La comunicación es un proceso social destinado a satisfacer necesidades de la población, basado en la interacción con la finalidad de

transmitir información a dos o más personas. Es importante mencionar, que para que se de el proceso de comunicación, debe existir, emisor, mensaje y receptor del mismo.

En este orden de idea, para que exista una buena comunicación dentro de la organización, las personas deben



desarrollar habilidades, ser mente abiertas, asertivos, tener empatía, claridad y concisión al expresar ideas, respeto por la opinión de los demás, contacto visual, porque dentro del proceso comunicativo, no solo es importante saber comunicar bien el mensaje, sino que en algún momento se quiere sentirse escuchado.

Respecto a las habilidades gerenciales, expresan que tienen buen trato, el ambiente laboral es de buena calidad, sin embargo, falta desarrollar estrategias de comunicación para la mejora de las relaciones organizacionales. Haciendo énfasis que la comunicación organizacional ayudaría en la transformación de la gestión empresarial.



Fuente: Propia (2023).

Para garantizar una comunicación organizacional efectiva para la mejora de la gestión empresarial, todos los empleados deben participar en las habilidades básicas de comunicación, empezando por desarrollar las siguientes: escuchar, comunicar y el diseño de un mecanismo eficaz de preguntas y respuestas, dentro de sus comunicaciones internas o externas, para este fin se necesita un plan de

comunicación para asegurarse que sus empleados trabajan como un solo equipo para lograr los objetivos.

Cabe destacar, que poniendo en práctica una buena comunicación organizacional, hará una excelente gestión, con la práctica de estas habilidades hará que los empleados se sientan importantes, que su opinión es valorada, quedando evidente en el aumento de su rendimiento laboral.



Fuente: Propia (2023).

De este modo las empresas se enfrentan al reto de transformar su modelo organizacional para adaptarlo a las nuevas condiciones de competencia, por lo que resulta cada vez más necesario conocer y poner en práctica los instrumentos de dirección y gestión empresarial, Para Torrent y Ficapal (2010:3) se logra, “a través de unidades de propósito, conocimiento del entorno, liderazgo competente y organización eficaz”.

## REFLEXIONES

Como resultado de este artículo de reflexión, se puede afirmar, que la comunicación organizacional, es de vital importancia para una mejor

gestión del personal. Ya que la misma facilita la interacción dentro de las relaciones interpersonales, el trabajo cooperativo, asimismo, el logro de metas pautadas de una manera asertiva.

Es decir, la comunicación es fundamental en el trabajo, ya que sin ella no existiría el trabajo en equipo, ni el liderazgo, ni feedback alguno dentro o fuera de la organización, de allí su importancia. Todo ello contribuye a la creación de un ambiente de trabajo óptimo para la empresa porque la vincula con el entorno y permite el intercambio de información entre todos los miembros de los diversos niveles y entornos laborales existentes en la organización.

Por tal razón, es de vital importancia para las relaciones y la gestión de los seres humanos; en lo que se refiere al ambiente laboral, ya que facilita el intercambio de ideas, la generación de objetivos comunes para el avance de la organización.

Desde hace muchos años la comunicación ha ido en progreso, ya que siempre el hombre por naturaleza ha buscado la forma de siempre estar comunicado, hoy en día con la era digital está siendo fluido el mantenerse comunicados con familiares, compañeros de trabajo y a nivel social. La mayoría de los problemas que se presentan tanto en las organizaciones empresariales como a nivel individual, tienen su origen en la falta de comunicación al momento de dialogar y relacionarse los unos con los otros. Gran cantidad de personas enfrentan momentos difíciles en la vida debido a la dificultad que tienen para realizar reclamos cuando enfrentan algún suceso, pues tienen dificultades para reconocer y expresar gratitud por el buen trabajo realizado por los demás.

En el contexto actual, los cambios a todo nivel se dan de manera acelerada, por ello es imprescindible que las

organizaciones empresariales cuenten con estrategias adecuadas que les permita adaptarse a dichos cambios, no solo con la idea de difundirlos, sino con la finalidad de que los miembros de la organización los conozcan, los interpreten y los integren a sus objetivos personales generando sinergia para alcanzar los logros organizacionales.

La comunicación es indispensable para satisfacer la necesidad de coordinar apropiadamente la interdependencia entre las diferentes estructuras y puestos de trabajo, para evaluar procedimientos y resultados. Mientras mayor sea la independencia mayor será la necesidad de una comunicación oportuna y eficiente.

Este intercambio de información es completo cuando el receptor logra reproducir mentalmente el mensaje de igual manera que la persona que lo transmite. La posibilidad de que un grupo logre existir sin comunicación es nula, ya que esta permite el contacto entre seres.

Las funciones más importantes de la comunicación son enseñar, informar, controlar, expresar, evitar algún

malentendido, confusión y servir como una plataforma para las relaciones entre las personas.

Es por esto que los procesos comunicativos son en muchas ocasiones los indicadores de los avances o el funcionamiento de las actividades, tareas y demás acciones individuales o grupales. Es un sistema que implica un subsistema técnico y humano, es decir, los medios que se utilizan para enviar información y las personas que se comunican entre sí directamente, están interrelacionados y son interdependientes.

En conclusión los canales de comunicación son los medios a través de los cuales las personas se comunican al interior de una organización. Si se utilizan los canales inapropiados para una determinada tarea o interacción es probable que se produzcan consecuencias negativas. Son los medios los recursos utilizados para establecer un intercambio de mensajes entre emisores y receptores.

Esto facilita un mecanismo de interpretación, inducción y relación entre los miembros de la organización, a final de poder ofrecerles respuestas a

sus inquietudes, dudas e incertidumbres, en torno a las acciones o grupo de acciones que puedan representar de modo objetivo y subjetivo, ventajas, oportunidades, debilidades o amenazas para sus intereses, anhelos y expectativas dentro de la organización

## REFERENCIAS

Andrade, Horacio. (2005). **Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica**. Ediciones Netbiblo.

Chiavenato, Idalberto (2000). **Administración de Recursos Humanos**. Quinta Edición. Bogotá, Editorial McGraw Hill.

Delgado de Smith, Yamile (2008). **La Investigación Social en Proceso: ejercicios y respuestas**. Editorial Universidad de Carabobo. Valencia, Venezuela.

Delgado de Smith, Yamile; Colombo, Leyda y Orfila, Rosmel (2002). **Conduciendo la Investigación**. Editorial Comala. Caracas, Venezuela.

Góngora, Norberto y María Florencia Cicatelli (2013). **Diagnóstico y evaluación organizacional: repensando su abordaje**, S/D.

Hellriegel, D y Slocum, J (2009). **Comportamiento Organizacional**.



Ediciones Cengage Learning. México D.F.

Martínez, Miguel (2006). **Ciencia y arte en la Metodología Cualitativa**. Editorial Trillas. Caracas, Venezuela.

Picón, Darío y Melian, Yanina (2014). La unidad de análisis en la problemática enseñanza aprendizaje. **UNPA** (14), 1-17.

Restrepo J. Mariluz. (1995). **Comunicación para la dinámica organizacional**. Signo y pensamiento N° 26. Universidad Javeriana.

Robbins, S. (2009). **Comportamiento Organizacional**. Pearson Educación. Decimotercera Edición. México

Scheinsohn, David (1993). Comunicación estratégica. Management y fundamentos de la imagen corporativa. Ediciones Macchi.

Torrent Joan, Ficapal Pilar. (2010). Nuevas fuentes innovadoras de la productividad empresarial **Revista innovar**, Vol. 20 (38)



UNIVERSIDAD DE  
CARABOBO



**FACCES**