

Actualidad Contable FACES

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

ISSN 1316-8533

Depósito Legal pp 199802ME395

AÑO 10 - No 14

PUBLICACION SEMESTRAL

SUMARIO

Editorial

Rojas, Eli Saul

(Universidad de los Andes – Venezuela)

3

Artículos

Altuve G., José Germán

(Universidad de los Andes – Venezuela)

Costo de capital del largo plazo. Vinculación con la estructura de capital, costo individual y ponderado.

Cost of capital of the long term. Entailment with the structure of capital, individual and weighed cost.

5-12

Caldera, Jorge; Baujín P., Pilar; Ripoll F.; Vicente; Vega F., Vladimir

(Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado U.C.L.A – Venezuela,
Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos-Cuba,
Universidad de Valencia-España,
Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos-Cuba)

Evolución en la configuración de los sistemas de costeo basado en las actividades.

Evolution in the configuration of the systems of i pay for based on the activities

13-28

Casal, Rosa Aura y Viloría, Norka

(Universidad de los Andes – Venezuela)

Un breve ensayo sobre el debate entre lo científico y lo técnico en contabilidad.

A brief essay about the debate between scientism and technicality in Accounting

29-36

Corral Q., Serafín y Quintero de C., María E.

(Universidad de la Laguna. España, Universidad de los Andes–Venezuela)

La metodología multicriterial y los métodos de valoración de impactos ambientales (Aspectos básicos generales).

The multicriterial methodology and the methods of valuation of environmental impacts (General basic aspects).

37-50

Flores P., Elizabeth; Sinha, Surendra y Nava P., Luis A.

(Universidad de los Andes – Venezuela)

**Modelo de regresión logística multinomial y análisis de correspondencias múltiple:
un estudio de la siniestrabilidad en el IPP-ULA**

Model of multinomial logistic regression and multiple analysis of correspondences:
a study of the siniestrabilidad in the IPP-ULA

51-67

López G., Rosario y Pérez L., Aurora Virginia

(Universidad de Sevilla-España)

Los incentivos y las amenazas que condicionan a la independencia del auditor

The Incentives and Threats to the Independence of Auditors

68-79

López, Walevska; Montilla, Morelia y Briceño, Militza

(Universidad de los Andes – Venezuela)

**Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los
estudiantes de contaduría pública del Núcleo Universitario “Rafael Rangel”.**

Determining characteristics of the enterprising aptitudes that form the profile of the students
of public accountant's office of the University Nucleus “Rafael Rangel”.

80-94

Molina de P., Olga R.

(Universidad de los Andes – Venezuela)

Diseño del multimedia sistema de costos predeterminados.

Design of the multimedia system of predetermined costs.

95-103

Morillo M., Marysela Coromoto

(Universidad de los Andes – Venezuela)

Los costos del marketing.

The costs of marketing.

104-117

Peña, Aura Elena y Bastidas, María Carolina

(Universidad de los Andes – Venezuela)

La Ética: Fundamento en la Adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad

The Gestion Indicators of Scholl Feeding Program of the Educative Zone of Merida State.

118-128

Rodríguez, José Miguel

(Universidad de los Andes – Venezuela)

**Construcción de Indicadores de gestión al programa alimentario escolar de la
zona Educativa del Estado Mérida**

Construction of the Gestion Indicators of Scholl Feeding Program of the Educative Zone
of Merida State-Venezuela.

129-135

Villanueva V., Mónica

(Universidad de Vigo-España)

**Limitación a la banca por Internet internacional debido a la inexistencia de una
regulación uniforme.**

Limitation to the bank by international Internet due to the nonexistence of a uniform regulation.

136-145

Camarena A., María Elena

(Universidad Nacional Autónoma de México-México)

Reseña: Dalia Barrera Bassols (comp.), Empresarias y ejecutivas, mujeres en el poder.

146-148

Hernández G., Clotilde (Universidad Nacional Autónoma de México-México)

**Reseña. Domínguez Villalobos, Lilia y Brown Grossman, Flor, Estructuras de mercado
de la industria mexicana. Un enfoque teórico y empírico.**

149-152

Actualidad Contable FACES

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

ISSN 1316-8533

AÑO 10 - No 14

Depósito Legal pp 199802ME395

PUBLICACION SEMESTRAL

EDITORIAL

La luz que cambió al mundo.

La fibra óptica cambió totalmente las formas de las comunicaciones globales. Es la fibra óptica, un pequeño filamento del tamaño de un cabello humano por donde viaja la luz y que ha hecho posible la aceleración de la información alrededor del mundo, por ejemplo usted se encuentra frente a su computador leyendo esta nota, quizás es una computadora portátil conectada al cable telefónico, al terminar deseará consultar sus mensajes de correo electrónico y pulsará unas teclas para recibirlos o contestarlos, a continuación navegará por internet buscando las noticias más destacadas del día y antes de ir a la cama llamará por teléfono a su hermano que vive en Caracas- Venezuela, a miles de kilómetros de distancia, nada de lo anterior sería realidad si no fuera por la magia de un minúsculo cable de vidrio que ha revolucionado el mundo de las telecomunicaciones. Hoy en día todo el mundo está comunicado con cables de fibra óptica.

Pretendo entonces comparar la fibra óptica con nuestra revista ACTUALIDAD CONTABLE, fuente de conocimiento, comunicación y crecimiento intelectual, construida esta publicación con temas de profunda reflexión para las ciencias sociales, luz para cambiar los modelos tradicionales de interpretar los asuntos en materia contable.

*A la hora de elegir un ritmo de música
para escuchar, lo principal es que ese
tipo de música ponga en movimiento
tus emociones y tu alma.*

Eli Saul Rojas Ruiz
PROFESOR FACES-ULA
elisaul@ula.ve

Costo de Capital del Largo Plazo

Vinculación con la estructura de capital, costo individual y ponderado

José Germán Altuve Godoy

Especialista en Gerencia de Modelos Administrativos.
Master en Administración de Empresas Turísticas.
Profesor titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la
Universidad de los Andes.
elcosmos@cantv.net

Recibido 03/11/2006 - Revisado 08/12/2006 - Aceptado 26/01/2007

Resumen:

El costo de capital es un aspecto de la administración financiera que es vital importancia y de exigencia su cálculo, para incursionar en los mercados de capitales. La determinación del mismo, depende de las fuentes de financiamiento que se aborden una vez analizada su factibilidad. Diversos modelos se incluyen en esta investigación que son ampliamente usados en cualquier mercado de valores y, el resultado de los mismos permite determinar la optimización del costo medio ponderado de capital.

Palabras clave.

Costo de capital, estructura de capital costo individual y costo ponderado de capital.

Abstract.

The capital cost is an aspect of the financial administration which is of vital importance and requires high exigency in its calculation in order to break into capital markets. Its determination depends on the financing sources that are approached once analyzed their feasibility. Diverse models are included in this research. They are widely used in any value markets and they allow the optimization of the weighed average cost of capital.

Key words.

Cost of capital, structure of capital individual cost and weighed cost of capital.

1. Introducción

El costo de capital tiene una influencia definitiva sobre la estructura de capital, la cual se conceptualiza como aquella fuente de financiamiento que la empresa logra obtener, para financiar proyectos del largo plazo. Por lo general, estas fuentes provienen del mercado de capitales proveedor en donde concurren oferentes y demandantes en procura de financiamiento. En el caso de Venezuela, los papeles más negociados, independientemente de la modalidad que presenten son: bonos, acciones comunes y preferentes, las cuales se describen y analizan en profundidad en el desarrollo del artículo.

Estas fuentes de financiamiento siempre irán acompañadas de un costo de capital, el cual será determinado usando modelos matemáticos que arrojan un resultado, que debe ser analizado en la fase proyectiva que la empresa se proponga alcanzar para un financiamiento adecuado.

2. Estructura de capital

La estructura de capital debe generar un rendimiento atribuible al costo de capital, que no es más que aquella tasa de rendimiento, que hace atractiva una determinada inversión y que mantiene a los propietarios o accionistas satisfechos porque su inversión está protegida. Al respecto, Mascareñas (2001), señala que:

el coste del capital es la tasa de rendimiento interno que una empresa deberá pagar a los inversores para incitarles a arriesgar su dinero en la compra de los títulos emitidos por ella (acciones ordinarias, acciones preferentes, obligaciones, préstamos, etc.). O dicho de otra forma, es la mínima tasa de rentabilidad a la que deberá remunerar a las diversas fuentes financieras que componen su pasivo, con objeto de mantener a sus inversores satisfechos evitando, al mismo tiempo, que descienda el valor de mercado de sus acciones (pág 3).

Esta manifestación conceptual indica por un lado que al obtener una fuente financiera de las ya señaladas, la organización incurre en un costo de capital y, por el otro, esa fuente financiera debe colocarse en un activo o activos (proyectos de inversión), que generen rentabilidad, que como mínimo satisfaga las aspiraciones de los propietarios, respecto a la obtención de rentabilidad y cobertura del riesgo. Esta variable adicional denominada riesgo se tratará en este artículo con profundidad, no se puede obviarla puesto que los propietarios e inversores de una organización la toman en cuenta a la hora de colocar su dinero.

De otra parte, las fuentes de financiamiento de largo plazo para el inversor ofrecen una rentabilidad que contrastada con el riesgo, siempre es superior a cualquier tasa que el mercado pueda ofrecer en el corto plazo, siempre que se trate de deuda y, por supuesto en el caso de capital común, esta rentabilidad estará sujeta a la obtención de utilidades o generación de valor y cuando se trata de capital preferente, como su nombre lo indica, su rentabilidad es de orden preferencial. Estos supuestos hacen que quien obtiene el financiamiento se compromete con el inversor a un portafolio capaz de soportar el costo y generar una rentabilidad satisfactoria, que en términos de valor total de la empresa, es tratado como una función de rentabilidad y riesgo, capaz de obtener fuentes financieras adecuadas, costo ponderado de capital mínimo, inversiones rentables y política de dividendos atractiva.

Si se modela esta expresión se tiene lo siguiente: **(ver cuadro 1)**

3. Modelos combinados de estructura de capital y su respectivo costo:

Los bonos son expresión de deuda que las empresas que concurren al mercado de capitales emiten para financiar proyectos de inversión, cuya rentabilidad se espera para un período mayor a un año. Las características de esta deuda se pueden centrar en los siguientes aspectos o variables:

1. Independientemente del tipo de bono que

Cuadro 1

Función de rentabilidad y riesgo	
VARIABLES	Simbología o Nomenclatura
V	Valor total de la empresa
r	Tasa de rendimiento esperada como valor total
σ	Desviación estándar, medida de la dispersión de la distribución de probabilidades del posible rendimiento
PI	Presupuestación integral
EF CC	Estructura Financiera y Costo de Capital
PD	Política de dividendos
Se tiene que: $V = f(r, \sigma) = g(PI, EF, CC, DI, PD)$	

Fuente: Elaboración propia

se emita, siempre tendrá un valor nominal, que puede ser diferente al valor de mercado, ya que puede colocarse con prima o con descuento, en cuyo caso su valor nominal es diferente.

2. En el documento la obligación debe expresarse de manera directa la tasa de interés que se le va a pagar al comprador; así como, los plazos para cobrar los mismos. El plazo final, amortización o vida útil del bono.

3. Pueden existir otros detalles que son propios de cada instrumento que se emita; por ejemplo, si son convertibles en acciones comunes.

Con estas características es necesario precisar sólo dos aspectos importantes para el caso del mercado de capitales venezolano; esto es, si los intereses que se van a pagar obedecen a una renta fija o por el contrario son variables, ya que su tratamiento desde el punto de vista del modelo que se aplique es diferente.

En el caso de las acciones preferentes, su comportamiento es similar al de bonos, alguno autores le llaman híbrido porque el pago de intereses obedece a una renta fija, con lo cual el comportamiento es similar a los bonos y, por el otro desde el punto de vista contable, su clasificación forma parte del capital de la empresa.

Cuando se trata de la emisión de acciones comunes, se tienen dos aspectos a considerar: Primero, el aspecto técnico y

segundo el legal.

4. Modelos para determinar la factibilidad de financiamiento del largo plazo

Por lo general la empresa cuando requiere financiamiento de un determinado mercado de capitales, debe diagnosticar varios aspectos:

1. Que proyecto va abordar y que pronósticos se tienen respecto al mismo, en cuanto a tiempo de ejecución, rentabilidad y período de recuperación.

2. Financiamiento del largo y corto plazo, fuentes que se deben abordar. Costo de capital, alternativas de financiamiento. Determinados estos dos aspectos hay que considerar que: si el financiamiento proviene del largo plazo se requiere contrastar las alternativas viables, las cuales se enmarcan en tres posibilidades: Emisión de capital social común, capital social preferente y deuda del largo plazo. La modalidad y características de cada uno de ellos no se tratan en este artículo, pero el cotejo entre ellas y su costo si se hace.

3. Determinar el riesgo como una forma de prevenir cualquier eventualidad en la emisión y ejecución del proyecto.

5. Modelo de comparación entre la utilidad bruta y la ganancia neta por acción una vez descontados los cargos por intereses y el impuesto sobre la renta.

Este modelo o método esta

fundamentado en una proyección del estado de resultados o ganancias y pérdidas, tomando de él aquellos rubros o cuentas que interesan que se destaquen a los efectos de la demostración y uso de este modelo. **(ver cuadro 2)**

En este modelo se plantea la comparación de dos o más alternativas de financiamiento, tomándose en consideración la estructura actual y la que se va a desarrollar. Por lo general, las fuentes de financiamiento que entran en juego son: Pasivos a largo plazo bajo la concepción de bonos, capital social común y capital preferente.

Este modelo se usa para la búsqueda del financiamiento del largo plazo y centra su atención en el mercado de valores, como institución que garantiza a través de la oferta pública de papeles tales como bonos, acciones comunes, preferentes, etc. un financiamiento fluido y permanente. Se trata de ofertar en el mercado de valores títulos que el público o los inversionistas estén dispuestos a demandar, para de esta manera, financiar proyectos del largo plazo, en rangos aceptables de utilidad bruta y con aumentos de la ganancia neta por acción, que en definitiva aumentarán la riqueza del accionista común.

Entre las alternativas que se pueden

Cuadro 2

Modelo de Comparación entre la utilidad bruta y la ganancia neta por acción

Estado de Resultados

Cuentas que se Deben Considerar

Ingresos	
Costos totales	
Utilidad bruta	Utilidad bruta
Gastos totales	
Cargas financieras	Cargas financieras
Deducciones contables y legales	Deducciones contables y legales *
Utilidad gravable	Utilidad gravable
Impuesto sobre la renta	Impuesto sobre la renta
Dividendos preferentes	Dividendos preferentes
Utilidades para accionistas comunes	Utilidades para accionistas comunes

Número de acciones comunes en circulación

Ganancia neta por acción

* Vale la pena destacar, que el autor deja a discreción del analista financiero, la posibilidad de incluir algunas cuentas que considere importantes como gastos que la empresa deba asumir en un momento dado. En este aspecto, difiere del modelo planteado por los autores clásicos de las finanzas y que se conoce como: Análisis EBIT-UPA. Al respecto, el lector se puede remitir al texto Administración Financiera de James Van Horne

Cuadro 3

Nomenclatura y descripción de las variables	
Nomenclatura	Descripción de las variables
U.B	Utilidad bruta
C.F	Cargas fijas
D.C.L	Deducciones contables y legales
G.N.A	Ganancia neta por acción
D	Deducciones
U.N	Utilidad neta para accionistas comunes
N.A.C	Número de acciones en circulación
Se tiene que: $U.B - D = U.N$ $D = C.F + D.C.L$ $U.N / N.A.C = G.N.A$	

Fuente: Elaboración propia

presente en las decisiones que se vayan a tomar y en los resultados que las alternativas arrojen.

Se Incluire el punto de indiferencia y algunos índices financieros relacionados con el tema en estudio.

Estadísticamente, se analiza el riesgo usando el modelo de desviación estándar, como una medida de los posibles valores obtenidos como flujos de fondos o utilidad neta. Al usar el concepto de flujos de fondos, es preciso adicionarle a la utilidad neta obtenida, la depreciación, por no constituir esta un

Cuadro 4

Nomenclatura y descripción de las variables	
Nomenclatura	Descripción de las variables
σ	Desviación estándar
Ft	Flujos de fondos totales o rendimientos esperados según las posibles alternativas numeradas desde x=1 hasta x=n
Px	Probabilidad asignada
n	Número de alternativas posibles
E	Esperanza matemática o promedio ponderado

Fuente: Elaboración propia

Se tiene que:

$$\delta = \sqrt{\sum_{x=1}^n (F_t - E)^2 P_x}$$

$$E = \sum_{x=1}^n (F_t \cdot P_x)$$

desembolso de efectivo y considerarse como un gasto fiscal deducible. La incorporación del riesgo y su cuantificación va a proporcionar a la decisión una mayor confiabilidad. **(ver cuadro 4)**

La obtención de σ estará representado por un valor absoluto; para la obtención o transformación a un valor relativo se utilizará el coeficiente de dispersión, el cual se consigue dividiendo σ entre E.

$$C.D = \sigma/E$$

Resumiendo se tiene que cuanto mayor sea el coeficiente de dispersión, mayor será el riesgo para el inversionista. El método de comparación puede ser utilizado para varias alternativas, en cuyo caso, lo ideal es utilizar el modelo de apalancamiento financiero, índices financieros sobre el tópico y el análisis de indiferencia.

Según Van Horne (1997), y en relación con el apalancamiento financiero:

El apalancamiento financiero amplifica el riesgo de los negocios implícito de la organización, cuando se trata de la variabilidad de ganancias por acción. El análisis de punto de equilibrio EBIT-UPA nos permite tener una perspectiva del intercambio rendimiento-riesgo que gobierna la evaluación. Sin embargo, ningún otro método de análisis de apalancamiento es satisfactorio por

sí mismo. Cuando se emprenden varios métodos de análisis de manera simultánea, son posibles las generalizaciones. (p.259).

6. El punto de indiferencia o equilibrio (Modelo matemático)

Este cálculo es importante llevarlo a cabo, para cotejar tanto gráfica como matemáticamente, donde un inversor se siente indiferente al analizar dos de las tres alternativas planteadas, si ese fuese el caso.

Demostración:

Si se llama: U.B = Utilidad bruta

C1, C2, = Costos de financiamiento y pagos de dividendos preferentes

NAC1, NAC2 = Número de acciones comunes en circulación, alternativa 1, 2...

t= Tasa de impuesto sobre la renta

Tenemos: $(UB - C1) (1 - t) / NAC1 = (UB - C2) (1 - t) / NAC2$

La obtención de UB demuestra frente a la confrontación de dos o más alternativas, cual debería ser la más indicada en la selección o escogencia, también indica, donde el administrador financiero se debe mostrar indiferente ante dos propuestas, cuyos resultados de GNA sean iguales tanto matemática como gráficamente. Este cálculo es importante porque refleja analíticamente que de las tres alternativas planteadas una no entra en el juego del financiamiento y, de las dos seleccionadas siempre habrá una que presenta la mejor alternativa cuantitativa, no así la de mejor de interés de los inversionistas del mercado de capitales. En consecuencia también se suele analizar el corto plazo y aplicar una batería de índices que arrojen una mayor comprensión sobre el financiamiento que se este optando.

7. El análisis financiero y el flujo de efectivo para dar servicio a la deuda

Una vez que se ha seleccionado una determinada estructura de financiamiento,

es preciso determinar la capacidad de flujo de efectivo que posee la organización, para dar paso al pago de los cargos fijos. Para ello se emplearan dos métodos. Uno, basado en ciertas razones financieras y dos, el denominado saldo de caja sometido a valores de recesión y, observar su comportamiento en el tiempo, a objeto de precisar con mayor solvencia, la decisión que se deba tomar.

RAZON DE INTERÉS GANADO (RIG)

Se mide de la siguiente manera:

$$RIG = UB / \text{Interés sobre la deuda}$$

El resultado viene expresado en veces, y un resultado de uno indica que las utilidades apenas cubren o satisfacen la carga de intereses. Dependiendo de la organización que se esté analizando, un resultado confiable debería ser 3:1

COBERTURA DEL SERVICIO DE LA DEUDA (CSD)

Se mide de la siguiente manera:

$$CSD = UB / (\text{intereses}) + \text{pagos de capital} / (1-t)$$

Si se desea transformar este resultado de veces en porcentaje, se hace lo siguiente:

$$1 - (1/CSD) = \%$$

Este porcentaje indica hasta donde la UB puede descender antes de que la cobertura de las utilidades sea insuficiente para dar servicio a la deuda. Mientras más cerca de 1 esté el CSD la situación es peor.

Estas razones deben acompañarse de baterías de índices de corto y largo plazo, tales como: solvencia, capacidad de endeudamiento y rentabilidad, las cuales serán tratadas en un capítulo aparte.

8. Modelo de análisis del flujo de caja con saldos sometidos a recesión

El presupuesto de efectivo o de caja es otro de los modelos utilizados con la finalidad de evaluar la estructura financiera, que tienda a preservar el valor total de la empresa.

Un presupuesto de efectivo puede elaborarse a la luz de diversos pronósticos de ingresos y egresos, los cuales de manera general, conforman sus variables fundamentales.

Se trata en esta oportunidad de someter los diversos saldos que integran el presupuesto a condiciones de recesión, entendiendo la misma como la subestimación o sobreestimación que sobre los ingresos y egresos se haga, todo ello basado en probabilidades asignadas a diferentes flujos. Esta condición de recesión es equivalente o similar a una posición pesimista. Se estima además como punto de comparación la capacidad de endeudamiento y el riesgo aceptable o tolerable de quedarse sin saldo de caja, determinado como una medida preventiva, por la gerencia financiera.

Este método es una combinación del presupuesto de caja en condiciones variadas con el análisis propuesto por Donaldson citado por Altuve (2000) Entiende este autor que la preocupación final de la empresa es evitar que sus disponibilidades, durante algún período futuro, se reduzcan involuntariamente por debajo de cero. Por lo tanto, aconseja examinar los flujos de fondos de la empresa bajo las más adversas circunstancias (esto es, en su definición, bajo condiciones de recesión). Tales condiciones pueden ser o no las más adversas; sin embargo, de acuerdo con el espíritu de su proposición, la

empresa debería evaluar sus flujos de fondos bajo circunstancias adversas. Se define el saldo neto en caja durante una recesión del siguiente modo. **(ver cuadro 5 y 6)**

Obtenidos los saldos en condiciones de recesión, los analizamos a la luz de índices financieros comparativos. Tal es el caso de:

- Índices de liquidez
- Índices de rentabilidad
- Índices de endeudamiento
- Índices de actividad
- Índices de cobertura

Toda esta gama de índices y el análisis del saldo de caja en período de recesión, permite formar un criterio aceptable sobre el financiamiento adecuado y la composición de una estructura eficiente. Como se puede observar, se combina una posición de financiamiento de largo plazo, con la posibilidad de cobertura de su carga expresada en intereses o dividendos, en el corto plazo, a través del manejo del efectivo sometido a

Cuadro 5

Modelo	Nomenclatura o Simbología
S.C.r	Saldo de Caja en período de recesión
S.C.o	Saldo de caja inicial
F.N.F.r	Flujos netos de fondos durante la recesión

De forma tal que: $S.C.r = S.C.o + F.N.F.r$

recesión, en los términos planteados.

Cuadro 6

Modelo Ajustado	Nomenclatura o Simbología
I	Ingresos computados en condiciones normales
E	Egresos computados en condiciones normales
α	Factor de ajuste o conversión de saldos de condiciones normales a condiciones de riesgo
S.C.r	Saldo de caja en período de recesión
S.C.o	Saldo de caja inicial
F.N.F.r	Flujos netos de fondos en condiciones de recesión
Px	Probabilidad asignada por la gerencia de quedarse sin saldo de caja
S.C.	Saldo de Caja

De forma tal que: $F.N.F.r = (I-E)\alpha$ $S.C.r = (S.C.) Px$ $S.C.r = S.C.o + F.N.F.r$

Cuadro 7

Solución al problema hipotético planteado				
Concepto	Monto	% Participación	Costo Individual	Costo Medio Ponderado
Pasivos Circulantes	3.000.000.000	0,08	0,14	0,01
Pasivos Largo Plazo	10.000.000.000	0,25	0,13	0,03
Capital Social	25.000.000.000	0,18	0,11	
Superávit	2.000.000.000	0,15	0,11	
Total	40.000.000.000	0,16		

Fuente: Elaboración propia

Para este ejemplo hipotético la empresa está operando con un costo medio ponderado del 16%

9. Ponderación del costo de capital del largo plazo.

Una vez que el analista ha determinado la conveniencia de financiamiento del largo plazo, la cual se inscribe en dos alternativas viables pasivos o capital, es necesario determinar conjuntamente con otros pasivos y el superávit existente, el costo ponderado de capital el cual resulta sencillo ya que se ha determinado el costo individual de todas las fuentes financieras. Para ejemplificarlo, se presenta hipotéticamente un ejemplo sencillo de manera que el lector comprenda dicha ponderación:

Una empresa cuenta con pasivos circulantes por el orden de los tres millardos de bolívares, con un costo de capital ponderado entre ellos del 14%. Pasivos a largo plazo bajo la modalidad de bonos quirografarios por el orden de diez millardos de bolívares con un costo de capital individual del 13%, capital social común por el orden de los veinticinco millardos de bolívares, con un costo de capital del 18% y superávit por un monto de dos millardos de bolívares, con un costo individual del 15%. Para determinar el costo medio ponderado de capital se procedede de la siguiente manera: **(ver cuadro 7)**

10. Conclusiones

La estructura de capital de una empresa está formada por los pasivos y el capital que son viables de colocación en un mercado de capitales. Diversos modelos, entre los cuales se presentan los más usados y

reconocidos como importantes en la determinación del costo individual y posteriormente en su ponderación, son los de utilidad bruta antes de intereses e impuesto sobre la renta, como un modelo que analiza las diversas

oportunidades de financiamiento del largo plazo y, el de saldo de caja en recesión, que analiza la posibilidad de pago de intereses o dividendos, dependiendo del financiamiento, para el corto plazo.

Al aplicar estos dos modelos es recomendable que sus resultados sean sometidos a una batería de índices, para determinar cuál es la posición de la empresa desde el punto de vista de: solvencia de corto y largo plazo, capacidad de endeudamiento, cobertura del servicio de la deuda, la rentabilidad y los niveles de actividad de su inversión.

Todas las empresas que incursionen en el mercado de capitales, deben observar no sólo los aspectos legales, sino la posibilidad de analizar con los modelos presentados, la factibilidad de obtener un financiamiento óptimo, que le minimice su costo ponderado de capital y que en consecuencia le permita obtener como producto de su inversión una mayor rentabilidad.

Referencias bibliográficas:

Altuve, J. (2001). **Administración Financiera**. Mérida: Departamento de Publicaciones de la Universidad de los Andes.

Mascareñas, J. (2001). El Coste de Capital disponible en: <http://www.ucm.es/info/jmas/temas/ccapital.pdf>

Van Horne, J. (1997). **Administración Financiera**. México: Prentice Hall

Evolución en la Configuración de los Sistemas de Costeo Basado en las Actividades

Jorge Caldera

Licenciado en Contaduría Pública
Especialista en Costos
M.Sc. en Costos
Profesor agregado Universidad Centroccidental
"Lisandro Alvarado" U.C.L.A
jorgeacaldera@yahoo.com

Pilar Baujín Pérez

Profesora del Departamento de
Contabilidad y Finanzas.
Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos.
Cuba.
pilarin.baujin@umcc.cu

Vicente Ripoll Felíu

Diplomado en Ciencias Empresariales,
Planificación de Empresas, Auditoría Contable y
Técnicas Contables
Master en Contabilidad
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales
Profesor titular Universidad de Valencia-España;
vicente.ripoll@uv.es

Vladimir Vega Falcón

Licenciado en Contabilidad
Master en Gestión de Empresas Turísticas
Doctor en Ciencias Económicas
Profesor Centro de Estudios de Turismo
Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos.
Cuba

Recibido 23/05/2006 - Revisado 15/09/2006 - Aceptado 23/02/2007

Resumen:

El estudio tiene como idea central precisar los diferentes períodos de evolución de la Contabilidad de Gestión y sus contextos más relevantes donde se han desarrollado. Ellos son eslabones fundamentales para comprender el surgimiento de nuevas herramientas de gestión. El artículo enfatiza el enfoque del Costo Basado por Actividades (ABC), considerando una perspectiva económica. Para cumplir con este objetivo se emplea una revisión bibliográfica de carácter documental. En los períodos analizados cada vez se hace más evidente la necesidad del control de los costos para satisfacer las expectativas de la transformación sistemática de la información en acción en el proceso de toma de decisiones. El enfoque es un elemento importante en la gestión estratégica de los costos; es una demostración doctrinal y lógica del porqué son más importantes las actividades que los costos cuando se trata de acciones interrelacionadas hacia un objetivo común, y por último, es una base para estructurar un sistema en función de los requerimientos que demande la organización.

Palabras Clave:

Contabilidad de Gestión, ABC, Control de Costos

Abstract:

The study addressed different periods of evolution of the Management Accounting and its most relevant contexts where they have taken place. They are fundamental steps to understand the emergence of new management tools. The paper emphasizes the Activity Based Costing approach and takes into account an economic perspective. In order to accomplish this aim, a bibliographical review of documentary character is used. In the analyzed periods, every time it becomes more evident the importance of control of the costs to satisfy the expectations of the systematic transformation of information in action in the decision making process. The approach is a remarkable component of the strategic management of costs; it is a doctrinal and logical justification of why actions are more important than costs when we have to take into account interrelated actions towards a common aim, and finally, it is the foundation of the structure of a system depending on the requirements that the organization demands.

Key Words:

Management Accounting, ABC, Cost control

2. Introducción

La Contabilidad es el proceso mediante el cual se identifica, mide, registra y comunica la información económica de una organización o empresa, con el fin de que los gestores puedan planificar, evaluar y controlar su situación (Horngren y Harrinson, 1997). Dentro de ella se diseminan varias ramas: la Contabilidad Financiera, la Contabilidad de Costos¹ y la Contabilidad de Gestión². Esta última constituye el marco de referencia en la presente investigación, analizada desde un enfoque económico, pues explica la aparición y desarrollo de los sistemas de costos que buscan la eficiencia y la obtención de grandes beneficios (Escobar y Lobo, 2002). En consecuencia, los objetivos propuestos son, en primer lugar, determinar en los diferentes períodos de la evolución histórica de la Contabilidad de Gestión los acontecimientos más importantes ocurridos en la medición de los costos; en segundo lugar, presentar los fundamentos doctrinales del Sistema de Costos Basado en las Actividades; y por último, analizar las bases conceptuales del Sistema de Costos Basado en las Actividades.

3. Evolución histórica de la contabilidad de gestión

La Contabilidad de Costos aparece a comienzos del siglo XIX, por la necesidad de responder a los efectos de la Revolución Industrial, especialmente

por aquellos derivados de internalización de las operaciones en las fábricas y por la configuración de una nueva mano de obra que ahora pasa a tener categoría fija.

No se debe ignorar, en el transcurso de esos años, la existencia de tres grandes aportes que desafortunadamente pasaron inadvertidas, las propuestas de Church (1908), Clark (1923) y Vatter (1945).

Church se adelantó a su época, pero en el sistema contable manual, la cantidad de registros de trabajo que implica su propuesta resultaban muy costosos y no resistían el análisis de economicidad cuando se les comparaba con la mejora informativa que proporcionaban. Sus ideas están presentes también en los planteamientos del llamado enfoque del costo de las transacciones, desarrollado por Miller y Vollman (1985), que insiste en la necesidad de controlar los costos indirectos³, pues en los últimos años no sólo han aumentado en términos relativos con respecto al costo total, sino que también han crecido en términos absolutos.

Clark tuvo una visión particularmente lúcida y profunda, pero tampoco tuvo éxito en una época en la que la rigidez de la Contabilidad Financiera impedía cualquier intento de flexibilidad en el análisis, por lo que sus ideas quedaron en el olvido hasta que, en 1953, apareció el modelo de costeo directo⁴.

1 La Contabilidad de Costos es una técnica o método relacionado básicamente con la acumulación y el análisis de la información de costos para uso interno, con el fin de ayudar a la gerencia en la planeación, el control y la toma de decisiones.

2 La Contabilidad de Gestión es un sistema de información para la dirección que, a través de la realización del proceso contable, suministra información económica relevante para la gestión, contribuyendo notablemente a facilitar y mejorar las decisiones empresariales.

3 Los costos indirectos de fabricación constituyen el conjunto de los costos de manufactura distintos de materiales directos y mano de obra directa; pero teniendo en cuenta que los gastos de venta, generales y de administración son costos del período y no se incluyen en los costos indirectos de fabricación.

4 El costeo directo es el método de costeo bajo el cual sólo los costos que tienden a variar con el volumen de producción se cargan a los costos del producto.

Horngren y Foster (1987), reconocen que el profesor Vatter es uno de los más importantes tratadistas en Contabilidad de Costos del siglo XX.

A partir de 1950, la necesidad de articular una Contabilidad de Gestión apta para la toma de decisiones se convirtió en uno de los principales centros de atención de muchos investigadores y profesionales relacionados con la Contabilidad de Costos. Es evidente que después de las propuestas de modelización del ciclo contable para la determinación del resultado interno que realizó Schneider (1968), los tratadistas seguían postergando los trabajos conducentes a la sistematización de los modelos de Contabilidad de Costos, por lo que su propuesta constituye una arriesgada apuesta sobre la futura orientación de esta rama contable.

Sobre el significado del término Contabilidad de Gestión, existen diferentes enfoques o criterios, los cuales son tratados por reconocidos autores como Belkoui (1992), Fernández F. (1993), Sáez *et. al.*, 1993, Ripoll (1996), Fernández M. y Muñoz R. (1997). Sin embargo, existen aspectos comunes en los diferentes enfoques.

Los autores coinciden que la Contabilidad de Gestión es la parte de la Contabilidad que capta, registra, evalúa, analiza y transmite información financiera y no financiera, cuantitativa y cualitativa, a fin de facilitar la toma de decisiones de los distintos estamentos de la organización, relativa al seguimiento y consecución de los objetivos estratégicos y generales marcados, a la planificación, control y

medida de todas las actividades de la organización (internas y externas), en estrecha colaboración con el resto de las áreas funcionales y permitiendo participar a los responsables de su ejecución, junto con la gerencia, en la toma de decisiones.

En el **cuadro 1** se muestra una síntesis de los aspectos más relevantes en la evolución de la medición y control de los costos:

1.1. Fundamentos doctrinales del sistema de costos basado en las actividades

Los principios teóricos del sistema de costos que se presenta (se entiende por sistema a la estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar una gestión determinada) constituyen las bases de referencia sobre las cuales se asientan los fundamentos del ABC. La primera propuesta es de Porter (1985) y la segunda de Miller y Vollmann (1985).

Resultaría difícil no sólo encontrar, sino hasta imaginar alguna técnica, procedimiento, o incluso instrumento de gestión, cuya utilización no esté supeditada directa o indirectamente por la obtención de valor económico, por tanto, la gestión basada en el valor⁵, es una característica común y no específica para todas las técnicas de gestión empresarial.

A partir del concepto general de cadena de valor⁶ y con el objeto de ser competitiva, cada empresa debería definir su propia cadena de valor, mediante la

5 El valor es la suma de los beneficios percibidos que el cliente recibe, menos los costos percibidos por él al adquirir y usar un producto o servicio.

6 La cadena de valor es un modelo que describe una serie de actividades que adicionan valor y que conectan al proveedor con la demanda. Es el conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor, que se extiende durante todos los procesos.

Cuadro 1

Evolución de la medición y control de los costos

Periodos	Aspectos Relevantes
Grandes Civilizaciones	En la cultura egipcia, se comenzó a sentir la necesidad de conocer los ingresos y gastos de sus economías y de esta forma surge primeramente la partida simple anotándose dichas transacciones en una hoja de papiro
Siglo XIV	Surgimiento de la Contabilidad de Costos.
El desarrollo del comercio	El creciente comercio y posteriormente la Revolución Industrial, demandaron unas necesidades de información mucho mayores, que se apoyaron en la Partida Doble, desarrollada por pioneros de la Contabilidad como Pacioli en 1494. Es la época de la teneduría de libros.
1776: Era Industrial	La Revolución Industrial trajo grandes cambios en la infraestructura económica de Inglaterra, los talleres manufactureros desaparecieron y surgieron las grandes fábricas, originando la necesidad de actuar con mayor control sobre los materiales y la mano de obra y sobre el elemento del costo que acumula la utilización de las máquinas y los equipos. Se perfecciona la Partida Doble, surgiendo los Estados Financieros.
1777	Primera descripción de los costos de producción por procesos en una empresa fabricante de medias de hilo. Política de dividendos
1778	Se empezaron a emplear los libros auxiliares en todos los elementos que tuvieran incidencia en el costo de los productos, como salarios, materiales de trabajo y fechas de entrega.
1800	Aparición de los costos conjuntos en la Industria Química.
1828 1839	En Inglaterra, Babbge publica un libro en el que resalta la necesidad de que las fábricas establezcan un Departamento de Contabilidad. Posteriormente a finales del siglo XIX el autor Metcalfe publica su primer libro que denominó "Costos de manufactura".
1855	El Sistema de Costos de "Lyman Mill", un molino textil de Nueva Inglaterra, permite a sus directivos controlar la eficiencia de la conversión de materia prima en productos terminados, basado en los libros de contabilidad por Partida Doble y daba información del costo de los productos y de la productividad.
1860 1870	En los ferrocarriles de los EE.UU., se desarrollaron procedimientos contables para facilitar los exhaustivos procedimientos de planificación y control, generándose informes financieros sobre las operaciones de las subunidades de las empresas de ferrocarril.
1880	En los EE.UU. se crean las empresas de producción en masas tales como: tabaco, fósforos, películas fotográficas y harina, adoptándose los sistemas de contabilidad interna de los ferrocarriles a sus propias organizaciones. La información sobre costos se centró exclusivamente en la mano de obra directa y los materiales. No se prestó atención a los costos fijos y a los costos de capital.
1889 1895	Taylor, uno de los pioneros del control de gestión industrial, desarrolló la Contabilidad Analítica, la asignación de los costos indirectos, el seguimiento de los tiempos de mano de obra directa, los estándares, la gestión de las existencias y la remuneración al rendimiento.
1890 1915	Se diseña la estructura básica de la Contabilidad de Costos y se integran los registros de los costos a las cuentas generales en países como Inglaterra y Estados Unidos. Surgen conceptos como: valuación de los inventarios, estimación de costos de materiales y mano de obra y la contabilización de los activos a su valor de adquisición. Se encuentra documentalmente probado en estos países el uso de gráficos de punto muerto.

subdivisión de grupos de actividades. Porter (1985) aconseja la individualización de aquellas actividades con suficientes características propias desde un punto de vista económico diferenciado, un poderoso impacto sobre el esfuerzo de diferenciación de la empresa, o un costo considerable creciente.

Se enfatiza la necesidad de realizar una gestión basada en el valor, pues tanto las técnicas, como los técnicos de la organización, están dirigiendo su atención y sus esfuerzos de forma preminente

hacia una de las facetas de la actividad económica (creación de valor, distribución o realización), perdiéndose en ese caso el necesario equilibrio con que deben tratarse en todo momento.

Precisamente, la gestión por actividades implica estructurar de forma adecuada todos los procesos que componen la cadena de valor de la empresa. Se plantea que cada negocio es parte, y sólo parte, de una cadena de valores que va desde la tabla periódica de los elementos, hasta la última partícula

Cuadro 1

Evolución de la medición y control de los costos

Períodos	Aspectos Relevantes
1907	Por primera vez, los diversos tipos de contabilidad utilizados hasta entonces de manera independiente (Contabilidad de Capital, Financiera, y de Costos) estaban enlazados en un modelo único, global y coherente.
1908 -1909	Harrington, describe el valor de los costos estándar para la planificación temporal y el control.
1915 1920	Grandes aportes de Church. Plantea la necesidad de controlar los costos indirectos a través de toda la empresa, procediéndose a su asignación en función de referencias distintas a las cargas directas, posibilitando un costo del producto más preciso.
1920 1930	Grandes aportes de Clark. Presenta la relevancia de los distintos costos para propósitos distintos, distinguiendo entre costos fijos y variables y entre costos diferenciales e incurridos.
1925	DuPont y General Motors desarrollaron prácticas de control de gestión: descentralización vía organización funcional o multidivisional, el ROI como medida de rendimiento, los presupuestos flexibles, los planes de incentivos, y una política de precios de transferencia.
1950: Era de la Información	Caracterizada por el uso de macrocomputadoras que se limitaban a reproducir los sistemas de contabilidad manuales. Surgimiento de la Contabilidad de Gestión. Aparecen los Sistemas de Costos Parciales. Su principal autor es Charles T. Horngren.
1953	El norteamericano Littleton, en vista del crecimiento de los activos fijos definía la necesidad de amortizarlos a través de tasas de consumo, a los productos fabricados como costos indirectos.
1955	Surge el concepto de contraloría como medio de control de las actividades de producción y finanzas de las organizaciones.
1956 1957	Cook ; Dean ; Stone y Hirschleifer, inicialmente esbozan en sus estudios la implantación de la técnica de los precios de transferencia para resolver los problemas derivados de la sección de servicios entre secciones en el contexto de los centros de responsabilidad.
1957	Propuesta por Schneider de modelización del ciclo contable para la determinación del resultado interno.
1960	Prevalece el concepto de Contabilidad Administrativa como herramienta del análisis de los costos de fabricación y como instrumento básico para el proceso de la toma de decisiones. Se inicia una corriente de aplicación de modelos cuantitativos a problemas de control y planificación (técnicas analíticas, incluyendo el análisis de regresión, programación lineal y no lineal, teoría de la probabilidad, y la teoría de la decisión).
1961 1964	Jaedicke 1961, Charnes y Cooper 1963 y Jaedike y Robicheck 1964, desarrollaron las técnicas de análisis derivadas del Direct-Costing, principalmente los estudios sobre el punto muerto y costos-volumenes de operaciones-beneficios.
1965	Anthony, realizó una significativa investigación sobre la planificación estratégica tradicional y control de gestión en el contexto del sistema presupuestario diferenciando distintos niveles en el área de la planificación y control estratégico de gestión y de ejecución
1969 - 1971	Shapley y Shubick 1969 y Thomás 1971, profundizan la asignación de los costos en la producción conjunta
1975 1982	Trabajos iniciados por Holmstrom (1975) y continuados en Shavell (1979) y Baiman (1982), sobre el aporte de la Teoría de la Agencia, al sistema de relaciones que se establecen en cascada entre superiores y subordinados en el seno de la organización.

de polvo, y en el mundo actual, quizás a través del reciclaje, hasta el principio de un nuevo ciclo de la cadena de valores (Shank y Govindarajan, 1995).

A partir de estas concepciones de Porter (1985), se derivan otros autores que definen los grupos implicados en la cadena de valor, como Cartier y Podmoguilnye (1998), y Trischler (1998).

7 La gestión del valor es la filosofía de gestión que debe orientar todos los procesos de transformación de los recursos identificados como factores (inputs), en los correspondientes recursos identificados como productos (outputs), así como en su distribución y realización, constituyendo, por tanto, el principio y el fin de toda actividad económica, cuya gestión habrá de ser debidamente fundamentada.

Quando se estudian las actividades en función de la clasificación del valor, expuesta por los autores que analizaron la filosofía de gestión del valor⁷ (Porter, 1985; Cartier y Podmoguilnye, 1998; Trischler, 1998), se debe tener presente que se analizará la cadena de valor de los grupos implicados, los cuales crean valor a partir del trabajo que realizan en el conjunto de acciones interrelacionadas

Cuadro 1

Evolución de la medición y control de los costos

Períodos	Aspectos Relevantes
1977	Simón, esboza la teoría relativa a la descentralización de las empresas en la toma de decisiones y asunción de responsabilidad encaminada a una más eficaz coordinación.
Antes de 1980	Estancamiento de la Contabilidad de Costos con relación a otras ramas contables. Las empresas industriales consideraban que sus procedimientos de acumulación de costos constituían secretos industriales, pues el sistema de información financiera no incluía las bases de datos y archivos de la Contabilidad de Costos.
1980	Surgimiento de la Contabilidad de Dirección Estratégica.
1981	Johnson, resaltó la importancia de la Contabilidad de Costos y los Sistemas de Costos como herramienta clave para brindar la información a la gerencia.
Después de 1981	Surgen los actuales Sistemas de Costeo, y se implementan nuevas herramientas de medición y control: Just in Time (JIT); Life-Cycle Costing (Ciclo de Vida); Throughput Accounting (método de costeo manejado en la Teoría de las Restricciones, TOC, su autor principal es Goldratt) y la Cadena de Valor. Florece el ABC (Kaplan y Cooper).
En el Siglo XXI ERA del CONOCIMIENTO	Los estados financieros tradicionales no responden a determinadas informaciones para el proceso de toma de decisiones, tales como: información sobre los riesgos financieros, el impacto medioambiental, la gestión del capital intelectual, la capacidad de innovación, el grado de satisfacción de los clientes, la gestión por el conocimiento, la gestión de calidad, entre otros.

Fuente: elaboración propia basada en la literatura revisada

que conllevan a transformar o realizar los inputs en outputs en el proceso de producción o prestación de servicios.

La obtención de información para éste propósito es una tarea que requiere desglosar la información del costo de ejecución de actividades específicas y por tanto, adoptar el ABC.

Es meritorio destacar el trabajo de Miller y Vollmann (1985), por su vinculación de las bases conceptuales de la Cadena de Valor de Porter (1985) con el sistema ABC, como otro momento de análisis para los autores del propio sistema. En sus estudios plantean un nuevo método para diagnosticar las causas que originan el comportamiento de los costos indirectos y con ello se logra un mejor costeo de los mismos. Critican los modelos basados en unidades (forma habitual de los Sistemas Convencionales), creando un enfoque

basado en las transacciones, es decir, en aquellas actividades que causan los costos, a las que consideran responsables de aspectos tales como: entregas a tiempo, calidad, diversificación de productos y modificaciones del diseño.

Utilizar un único portador de costo⁸, en vez de varios, puede dar lugar a decisiones estratégicas erróneas.

Este enfoque del *costo de las transacciones*, persigue descubrir para los directivos lo que Miller y Vollmann (1985, p.146) titularon en su publicación: "La fábrica oculta", que "... *son las transacciones las que causan la mayoría de los costos indirectos y la clave para gestionar los costos indirectos estará en controlar las transacciones que los provocan*".

En concordancia con Kaplan, opinamos que muchos costos indirectos

⁸ La literatura ha acotado el término de *costdrivers* para designar a las unidades de medida y control y a las bases de asignación. Este término, además de traducirse por su significado literal de conductores de costos o portadores de costos, puede hacerse por el de *causante, generadores o inductores de costos, unidades de obra, vectores de costos*, por cuanto que en él se quiere hacer referencia directa a aquellos factores que, dentro de cada actividad, causan, generan o inducen el costo.

existen no por causa del volumen de producción sino por causa de las transacciones asociadas a la producción.

Este modelo basado en las transacciones fue un cimiento importante en el surgimiento del ABC. Cabe señalar que el término transacciones con la propia evolución fue sustituido por el de actividades, pero el principio fundamental no ha variado: los causantes de los costos no son los productos, sino las actividades.

2.2. Base conceptual del ABC

Los orígenes conceptuales del ABC se pueden precisar en Staubus (1971), quien recoge las bases teóricas, asociadas en principio con la noción de trabajo o tarea, constituyendo la piedra angular del denominado Sistema ABC, pero no existían las condiciones necesarias en su oportunidad que permitieran enfrentar en la práctica el nivel de complejidad que requiere un cambio de sistema de costos.

El mundo actual se caracteriza por un profundo y vertiginoso proceso de variación en el que convergen factores como: globalización e internacionalización de los mercados, creciente incertidumbre del entorno, sensible modificación de las normas reguladoras de actuación, aumento notable de la competencia, conformación de un mercado dominado por una demanda cada vez más selectiva, utilización de la calidad como estrategia competitiva de diferenciación e incremento en la diversidad de productos ofrecidos al mercado.

Estos cambios han ejercido una influencia decisiva sobre los tradicionales sistemas de costos, que fueron concebidos para atender los

requerimientos informativos derivados de un contexto significativamente distinto del actual y afectan a diferentes sectores económicos

La mayoría de los sistemas tradicionales de costos (anteriores al ABC, tanto aplicados a la actividad productiva como a la prestación de servicios) dedican gran parte de su esfuerzo a la valoración de existencias. En el caso de los servicios, debe señalarse que dada la intangibilidad (los servicios no pueden verse, probarse, sentirse, oírse u olerse antes de ser adquiridos); inseparabilidad (se producen y se consumen simultáneamente), variabilidad (su calidad depende del proveedor y de cuánto, dónde y cómo lo hace) y carácter perecedero del servicio (no pueden ser transportados, ni almacenados para usarlos o venderlos posteriormente), no son los más convenientes. Aunque el avance tecnológico produce cambios en el comportamiento de los elementos del costo, en los servicios el impacto en la estructura del personal es diferente pues es la presencia humana un ente activo en los procesos, lo que provoca perfeccionar la gestión del personal y buscar sistemas más adecuados para el control de sus actividades, sobre todo porque el cliente paga y debe percibir la agregación de valor.

En la **Figura 1** se muestran los principales inconvenientes de los sistemas tradicionales de costos.

La importancia del cambio a que conduce este nuevo modelo puede ilustrarse mediante la alegoría mítica de la caverna de Platón (citado por Johnson, 1991). Las asignaciones tradicionales de costos permiten ver, desde luego, los costos, - las sombras sobre la caverna-, pero no los causantes de los costos, - los agentes reales que originaban esas

Figura 1

Principales inconvenientes de los sistemas tradicionales de costos.



sombras en el fondo de la caverna -.

Con el "hallazgo" de las actividades, la Contabilidad de Costos sale, de la caverna de décadas en que se hallaba sumida para descubrir la auténtica fuente de costos y competitividad.

En este sentido el mérito que debe atribuirse a Kaplan y Johnson (1988), en su libro; "La contabilidad de costes: Auge y caída de la Contabilidad de Gestión", al analizar los cambios que se venían produciendo en el proceso de producción y comercialización debido a las nuevas técnicas de programación y control que se estaban poniendo en práctica y facilitan la búsqueda de nuevos sistemas de determinación y análisis de costos. Posteriormente Kaplan (1990), presenta las etapas del modelo, difundiendo mundialmente los conceptos básicos que subyacen en el sistema ABC y estableciendo las bases para facilitar su implantación.

El ABC no se trata únicamente de un método de cálculo de costos cuyo objetivo es lograr una mejor exactitud, sino que se trata de un sistema de gestión empresarial, englobando desde el cálculo del costo de cualquier tipo de información para la gestión empresarial, facilitando a la alta dirección información relevante y oportuna para la toma de decisiones en cuanto a: costo de las actividades de la empresa; costo de los procesos de negocio; costo de los diferentes eslabones de la cadena de valor; costo de los productos y/o servicios; qué productos o clientes son rentables y cuáles no; decisiones de hacer o comprar en toda la cadena de valor; reducciones de costos basadas en el análisis de las actividades; reducciones de costos basadas en el análisis de los procesos; la clasificación de las actividades en actividades con y sin valor añadido y decisiones sobre reducción, eliminación o división de determinadas actividades, entre otras.

Por lo que respecta a la implantación del ABC en una entidad, de forma general, se debe aplicar cuando:

1. El porcentaje de costos indirectos sobre el total de costos tenga un peso significativo.
2. Estén sometidas a fuertes presiones de precios en el mercado y deseen conocer exactamente la composición del costo de los productos.
3. Posean una alta gama de productos con procesos de fabricación diferentes, y en donde es muy difícil conocer la proporción de costos indirectos de cada producto.
4. Existan altos niveles de gastos estructurales y estén sometidas a grandes cambios estratégicos / organizativos.

Este sistema, se fundamenta en tres premisas básicas:

1^{ra}- Los productos o servicios requieren actividades. Se considera que los productos o servicios no consumen costos, sino que consumen actividades exigidas para su fabricación o realización. En síntesis, los productos o servicios demandan actividades.

2^{da}- Las actividades son las que consumen recursos o valor de los factores productivos, por lo que cabe deducir que son las actividades, (no los productos o servicios), los que causan o generan los costos.

3^{ra}- Los recursos cuestan dinero, por lo que es necesario realizar un presupuesto en función de las actividades, para tener en cuenta los recursos mínimos indispensables que garanticen la eficiencia en las mismas.

Las consideraciones en las que se asientan los sistemas ABC son:

- En primer lugar, que una adecuada gestión de costos habrá de actuar sobre los auténticos causantes de los costos,

es decir, sobre las actividades que los originan.

- En segundo lugar, que es posible establecer una relación causa-efecto determinante entre actividades y servicios, de tal manera, que puede afirmarse que a mayor consumo de actividades por parte de un servicio, habrá que asignarle mayores costos y, en sentido inverso, a menor consumo de actividades, menores costos.

- En tercer lugar, y de acuerdo con la consideración anterior, el Sistema ABC pueden ser utilizados para asignar de una forma más objetiva y precisa los costos.

En efecto, sus costos serán asignados a los productos o servicios en función del uso o consumo que cada uno de ellos haya hecho en la actividad. El sistema ABC parte de la idea de que son las actividades realizadas para la obtención de la producción las que consumen costes. Los costes se pasan a las actividades en una primera fase y posteriormente desde éstas se llevan a los productos. Desde el punto de vista del cálculo de costes, la principal aportación o mejora introducida por este sistema proviene de la constatación y presentación de alternativas al hecho de que parte de los costes indirectos del producto no varían con el nivel de producción.

Lógicamente para establecer un sistema de costos, se hace necesario primero definir cuál será el enfoque para la acumulación de los costos (recolección organizada y clasificación de los datos de costos) que se seguirá en una entidad para poder diseñar el mismo. En los Sistemas Tradicionales, se vienen utilizando: área de responsabilidad, centros de costos, departamentos, entre otras, las cuales también son utilizadas por algunos investigadores en los modelos ABC, pero tienen características muy particulares que no son las más adecuadas para la gestión

estratégica de las actividades, cuestión que decide adentrarse primero en algunos aspectos relacionados con la Gestión de Procesos⁹, pues es el enfoque a proceso el que se tomará como referencia en la investigación, siguiendo el punto de vista de Cooper (1996) y Trischler (1998) de orientar la gestión de las actividades de las organizaciones hacia los procesos.

Los autores coinciden plenamente con los conceptos de Amozarrain (1999) y Zaratiegui (1999), por expresar de una forma concreta un concepto más completo y tiene una afinidad con la ISO 9001:2000, la cual plantea que: *“La Gestión por Procesos provee de un control continuo sobre las conexiones, combinaciones entre los procesos y tareas individuales dentro del sistema de la empresa”*.

Según Kaplan y Cooper y (1999, p. 89): *“un Modelo ABC es un mapa económico de los costos y la rentabilidad de la organización en base a las actividades”*. El enfoque a proceso permite interrelacionar todas las actividades necesarias para lograr un objetivo común, por lo que se debe profundizar sobre el concepto y clasificación de la actividad.

El IMA (1993), plantea: *“las actividades son procesos o procedimientos que requieren un trabajo particular necesario para la organización. Una unidad de trabajo que tiene lugar dentro de la organización y consume recursos”*.

Por actividad entenderemos el conjunto de tareas y operaciones realizadas por la empresa bien sean producidas externamente o internamente, o bien orientadas a buscar un aumento del valor añadido de una salida de la

empresa, esta salida puede ser un producto o servicio/interno o externo. A diferencia del primer concepto, éste tiene en cuenta el concepto de valor añadido. La lógica del ABC, a través de su filosofía, continuará poniendo en evidencia que existen costos ligados a actuaciones que no añaden valor, y mostrará cómo otros, ligados a actuaciones que sí lo añaden, se reducen progresivamente.

Existen diversas clasificaciones de actividades, por lo que se hará referencia a determinadas agrupaciones atendiendo a diferentes puntos de vista de autores representativos.

1. Su actuación con respecto al producto o servicio. Cooper y Kaplan (1991).

2. Clasificación según el ámbito de acción. Miller y Vollmann (1985).

3. Clasificación según la frecuencia de ejecución. Sáez (1993).

4. Clasificación en actividades condicionadas y no condicionadas. Sánchez (2002).

5. Clasificación en función del valor. Porter (1985).

• Actividades con valor añadido y actividades sin valor añadido.

• Actividades primarias y actividades de apoyo.

- Dentro de cada categoría se encuentran tres tipos de actividades: directas; indirectas y de seguro de calidad.

La literatura ha acotado el término de “cost-drivers” para designar a las unidades de medida y control y a las bases de asignación. Este término, además de traducirse por su significado literal de conductores de costos o portadores de

⁹ La gestión de procesos es la filosofía de dirección que centra su atención en la identificación y control de cada proceso de la organización, así como de las respectivas actividades que la conforman, rompiendo con el enfoque departamental que se seguía tradicionalmente.

costos, puede hacerse por el de causante, inductores de costos, unidades de obra, por cuanto que en él se quiere hacer referencia directa a aquellos factores que, dentro de cada actividad, causan, generan o inducen el costo.

El problema fundamental es que se utiliza el mismo término en dos etapas diferentes del ABC: primero para aquellas unidades de reparto que relacionan los recursos o elementos del costo con las actividades que los consumen y segundo para la asignación de los costos de las actividades a los productos o servicios.

Por otra parte, los generadores de costos serán de naturaleza muy distinta según cual sea la clase de actividad en relación con el comportamiento de la actividad respecto del servicio. Según Kaplan y Cooper (1999), existen tres tipos diferentes:

-De transacción: cuando todos los resultados requieren esencialmente las mismas demandas de actividad, ejemplo: solicitar insumo al almacén donde el cost driver pudiera ser número de solicitudes de insumos.

-De duración: representa la cantidad de tiempo necesaria para realizar una actividad, ejemplo: atender solicitud de cliente el cost driver pudiera ser duración de la llamada telefónica.

-De intensidad: hacer un cargo directo de los recursos utilizados cada vez que se realiza una actividad.

Los diseños de Sistema ABC han ido evolucionando producto de los objetivos que se han perseguido debido a factores objetivos y subjetivos en diferentes períodos desde su surgimiento.

2.3. Evolución del modelo ABC

Desde el punto de vista de cómo

ha ido configurándose el propio sistema, es necesario analizar dos propuestas diferentes. La primera ha sido realizada por Mecimore y Bell (1995), analizada a través del concepto de generaciones y la segunda abordada por Kaplan y Cooper (1999), basándose en la idea de Kaplan (1990) y es tratada mediante un modelo de cuatro fases.

1.1.1. Propuesta de sistemas ABC de cuatro generaciones de Mecimore y Bell.

La primera generación de ABC, enfatiza la noción de costo de los productos. Su principal output era establecer un sistema de cálculo de costos más correcto. La atención se dirige hacia el uso de los recursos, analizando las actividades, que generan o no, valor añadido, determinando dos categorías de cost drivers. Se demuestra, que en ocasiones, productos con bajo volumen que tengan costos de transacciones (diseño de producto, ajuste de máquinas y planificación de órdenes de trabajo) importantes eran menos rentables en comparación con lo que reflejaba la contabilidad tradicional.

Sus limitaciones son el reflejo de que las actividades no pueden verse aisladamente, puesto que no se analizan los efectos inducidos que originan los cambios en las actuaciones de éstas sobre las restantes; se dificulta adoptar medidas que propicien mejorar las operaciones en los procesos y; es inviable optimizar un sistema que no disponga de medios adecuados para evaluar la eficiencia de los esfuerzos emprendidos para mejorar los procesos. Estos factores provocan la aparición de una segunda generación de ABC.

La identificación de los procesos

representa el punto de partida, a los cuales deben relacionarse todas las actividades que se realizan en la empresa, posibilitando la implantación de programas de mejora continua tanto en la producción como en las funciones de administración y ventas. Es en esta etapa donde se puede definir al Sistema de Gestión de Costos Basado en las Actividades (SIGECA) como sistema de control y de gestión de costos. Este planteamiento enlaza con el enfoque correspondiente a la Gestión de Calidad Total¹⁰, es decir, no es tan importante la determinación del costo basado en las actividades, sino la gestión de éstas (ABM).

La implantación requiere de un grado de complejidad mayor que la anterior, pero sus análisis de las actividades continúan con un enfoque interno, lo cual provoca la aparición de la **tercera generación de ABC**.

Incluye dentro del sistema tanto las actividades internas como las externas. Se centra en las unidades negocios y en sus relaciones con otras unidades. Anexiona las actividades con los procesos y estos con cada unidad de negocio. Para aumentar y mejorar la estrategia competitiva de la empresa se utilizan ahora los generadores de costo a través del análisis de la cadena de valor con una perspectiva externa enfocada al cliente y no simplemente para la determinación del costo de los productos o servicios como en las generaciones anteriores, pero no tienen en cuenta las relaciones existentes entre unidades separadas dentro de la cadena de valor.

Si se integran en un único modelo,

permitirían tener un conocimiento óptimo de las principales variables que necesita la dirección de la empresa para la gestión en el actual entorno empresarial, por lo que ha diferencia de las tres primeras generaciones de ABC que van del costo del producto al costo del proceso y al de la unidad de negocios, la **cuarta generación** habrá de ligar actividades entre todas las unidades de negocios juntas, creando un Sistema ABC que provea información para la empresa como un todo. Este sería un macro enfoque comparado con el micro enfoque de las generaciones anteriores. Precisamente a partir de la tercera y cuarta generación es que se empieza a pensar con un enfoque estratégico.

1.1.2. Propuesta de Kaplan y Cooper (1999): Modelo de cuatro fases.

Esta propuesta es lógica y coherente para entender la evolución de los sistemas.

Los sistemas de la Fase I, generalmente los utilizan empresas nacientes que no tienen condiciones para implantar un sistema contable adecuado, aunque también pueden existir desde hace décadas en algunas empresas que aunque la tecnología sea muy obsoleta, difícil de entender y mantener por el personal actual, no pueden ser eliminados de forma drástica pues es la única base que poseen de captar, registrar y medir información financiera de sus operaciones económicas-financieras.

Afortunadamente, son pocas las empresas cuyos sistemas de costos pueden enmarcarse en esta primera fase. No obstante, se les recomienda que

¹⁰ La Gestión de la Calidad Total es un Sistema Integrado de Gestión que, movilizand o el potencial intelectual de todos los empleados y estructurando el concepto Proveedores/Clientes (tanto Externos como Internos), tiene como objetivos: definir y satisfacer de forma permanente las necesidades y expectativas de los clientes, y conseguir la competitividad necesaria para el éxito del negocio.

se tracen su plan en las proyecciones y pasen a la Fase II.

Los sistemas en la Fase II, la información que brindan no satisface iniciativas de la reingeniería de procesos o de calidad total, ni permiten propiciar una mejora y aprendizaje continua dentro de la organización.

En los Sistemas de la Fase III, se contemplan los Sistemas de Gestión Basados en las Actividades, los cuales fueron mencionados al inicio del epígrafe cuando se trataron los sistemas ABC de segunda generación. Evidentemente, su filosofía vuelve a hacer acto de presencia en forma de **sistemas de la Fase III**.

En esta fase se demuestran las oportunidades que ofrece establecer sistemas simultáneos, sin llegar a abandonar totalmente su sistema contable pues aún debe seguir preparando informes que establecen las regulaciones contables financieras. De todas formas, el objetivo último puede centrarse en integrar todos estos sistemas para evitar el mantenimiento simultáneo de todos ellos, pero esto es lo que consideran en los **sistemas de la Fase IV**, donde los sistemas de planificación de recursos de la empresa prometen la integración de los sistemas de costo para suministrar información en tiempo real, liberando a los directivos de sus ciclos normales mensuales de la contabilidad. Es en esta fase donde el costeo por actividades propicia su presupuestación.

El Presupuesto Basado en las Actividades, es un ABC pero al revés. Si en el ABC, el flujo de costos circula de recursos a productos y clientes a

través de las actividades, el Presupuesto Basado en las Actividades usa un flujo de costos al revés, estimando la producción y el volumen de ventas para un período próximo; planificando la demanda de actividades; calculando la demanda de recursos; determinando el suministro real de recursos y la capacidad de actividad.

Es frecuente encontrar dos fases en el modelo ABC (Sáez *et. al.*, 1993), en el cual la formación del costo del producto queda bien detallada. En la primera fase, las actividades se convierten en el núcleo del modelo y en la segunda se le asignan a los productos el costo de las actividades y los costos directos.

Sobre las investigaciones del ABC, existe diversidad de criterios en cuanto a sus ventajas y limitaciones. Resaltan los criterios de Johnson (2004), cuando plantea que: *“los contadores se limitan a volver a situar las sillas en la cubierta del Titanic”*, su respuesta está plasmada por Kaplan y Cooper (1999), cuando hacen referencia a que la visión de que *“el cálculo de costos basado en las actividades, está claro que es un enfoque más complicado y costoso, puede que parezca que hace algo no muy útil de una forma más complicada y costosa”*, es una interpretación muy equivocada y plantean: *“si tuviéramos que volver a presentar el ABC, puede que no incluyéramos las palabras **cálculo del costo** en su título”*.

También existen mitos sobre la implantación de un Sistema ABC, y han sido debatidos por autores como Turney (1990); Sáez (1995) y Camaleño (1997). De la misma forma se divulga la Teoría de las Limitaciones (TOC¹¹), cuyos objetivos son la maximización del throughput¹² y

11 De las siglas en inglés TOC (Theory of Constraints).

12 Tasa a la cuál todo el sistema genera dinero a través de las ventas.

disminuir las inversiones en inventarios y los costos operativos (Goldratt, 1993). Holman (1995, p. 40) señala que: *“la TOC y el ABC no están en conflicto. De hecho, se complementan muy bien entre sí, ya que la primera proporciona la optimización a corto plazo para aumentar al máximo los beneficios a corto plazo (cuando se trabaja en un entorno de producción limitada) y la segunda proporciona la instrumentación para la optimización dinámica del suministro de recursos, diseño y mix de producto, fijación de precios y relaciones con los proveedores y los clientes para una rentabilidad a largo plazo”*. Kaplan también hace referencia a que las características de la teoría ABC, en cuanto a la situación real de los recursos en dependencia de su utilización y la identificación de recursos que funcionan a niveles de capacidad, es perfectamente compatible con los conceptos que enarbola la TOC, por tanto, ambas persiguen el mismo objetivo: maximizar los beneficios de la organización.

En esencia, existen diferentes opiniones sobre las limitaciones del ABC, que sin duda a la opinión de los autores, son un espacio más para la reflexión de todos los que abogan por su puesta en marcha. En toda innovación que se pretenda hacer, la críticas ayudan al perfeccionamiento del diseño de un sistema, son posibles alarmas a tener en cuenta, escucharlas, interpretarlas son una oportunidad y/o asumirlas significan un gran reto a demostrar.

A juicio de los autores, en correspondencia con estos estudios se encuentra el de Tamarit (2002), quien partiendo de un diagnóstico sobre el grado de conocimiento, implantación y rechazo del sistema ABC/ABM, hace un análisis exhaustivo sobre las variables relacionadas con las dimensiones técnicas,

administrativas, psicosocial y externas que están influyendo que exista en la práctica un porcentaje inferior al esperado según los empresarios, académicos y profesionales en la adopción del sistema ABC/M. Realmente en los problemas detectados es donde se debe trabajar para lograr el éxito deseado en la teoría con el sistema ABC.

2. Consideraciones finales

De la revisión bibliográfica se exponen las principales reflexiones sobre los objetivos planteados:

1. Se demuestra cómo los acontecimientos ocurridos en los diferentes períodos históricos, en el ámbito universal, han influido en la evolución y medición de los costos propiciando la necesidad de su control y por tanto, surgiendo nuevos sistemas, especialmente el ABC, para satisfacer las expectativas de la transformación sistemática de la información en acción en el proceso de toma de decisiones, como elemento importante en la gestión estratégica de los costos.

2. El estudio de los fundamentos doctrinales permiten demostrar la lógica del por qué son las actividades y no los productos, las que incurren en los costos y la necesidad de encaminar los análisis hacia las mismas, pues son las que facilitan detallar todas las acciones interrelacionadas hacia un objetivo común.

3. El ABC no rechaza las ventajas encontradas en los sistemas tradicionales vigentes, sino que se nutre de ellas y perfecciona el costeo en base a las limitaciones que presentan éstos sistemas, de acuerdo al paradigma actual.

4. La crítica realizada por diferentes autores al sistema ABC, conlleva a que los investigadores se percaten que en la

actualidad es imprescindible la vinculación de diferentes herramientas existentes en las diversas ramas de la gestión empresarial, para poder perfeccionar una de ellas, como es el caso del enfoque a procesos en el diseño del sistema ABC.

5. El estudio de las bases conceptuales del ABC analizando el criterio de diferentes autores, propicia determinar la referencia a seguir para estructurar los agregados del sistema que se debe diseñar.

6. El análisis de la evolución en la configuración de los Sistemas de Costeo Basado en las Actividades, facilita la determinación del alcance que se desea lograr en el sistema que se propondrá.

Referencias bibliográficas:

Amozarrain, M. (1999): “**La gestión por procesos**”. http://web.jet.es/amozarrain/Gestion_procesos.htm [Consulta: 1999, Mayo 4].

Camaleño S., C. (1997): “**El modelo ABC a examen: ventajas y limitaciones de uso**”. *Partida Doble*, N° 78, Mayo, pp.25-38.

Cartier, E. y Podmoguilnye, M. (1998): “**La Reingeniería de procesos en el nuevo escenario globalizado, su impacto en las técnicas de costeo.**” Comunicación presentada en el XXI Congreso Argentino del IAPUCO, Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

Church, A. H. (1908): “**The proper distribution of expense burden**”. *The Engineering Magazine*. London: Works Management Library.

Clark, J. M. (1923): “**Studies en the Economics of overhead cost**”. University of Chicago Press.

Cooper, R. (1996): “**Activity-based costing and the lean enterprise**”, *Cost Management*, Vol. 9, N° 4, pp. 6-13.

Cooper, R. y Kaplan, R. (1991): “**Profit priorities from Activity Base Costing**”, *Harvard Bussines Review*, Mayo-Junio, pp. 130-135.

Escobar, B. y Lobo, A. (2002): “**Implicaciones teóricas y metodológicas de la evolución de la investigación en contabilidad de gestión**”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol. 31, N° 111, pp. 245-286.

Fernández, A. (1993): “**Contabilidad de costes y la contabilidad de gestión: Una propuesta delimitadora**”. En ACODI, *Cuestiones Actuales de Contabilidad de Costes*, pp. 51-66. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana S. A., España.

Fernández Muñoz, A. y Muñoz Rodriguez, M.C. (1997): “**Contabilidad de gestión y excelencia empresarial**”, Ariel Economía, Barcelona, España.

Goldratt, Eliyahu M. (1993): “**La Meta: Un proceso de mejora continua**”, Editorial Díaz de Santos. España.

Holman, J. S. (1995): “**ABC contra TOC: It's a Matter of Time**”. *Management Accounting, January*, pp. 37-40. Estados Unidos de América.

Horngren, Ch. y Foster, G. (1987): “**Cost Accounting: A Managerial Emphasis**”. *New Jersey: Prentice-Hall International*, Englewood Cliffs, 6^{ta} Edición. Estados Unidos de América

Horngren, Ch. y Harrinson, W. (1997): “**Contabilidad**”, Editorial Prentice Hall Hispanoamérica S. A., 3^{ra} Edición, México.

IMA- Instituto of Management Accountants (1993): “**Practices and Techniques: Implementing Activity-Based Costing**”. Statement on Management Accounting. Statement No. 4T, septiembre 30.

Johnson, H. J. (1991): “**Activity-Based Management: Past, Present and Future**”, *The Engineering Economist*, Vol. 36, pp 219-238.

Kaplan, R. (1986): “**Strategic cost analysis**”. *Cost accounting for the '90: The challenge of technological change*, Conference proceedings, National Association of Accountants, Montvale New Jersey.

– (1990): “**The Four Stage Model of Cost System Design**”, *Management Accounting*, Vol. 71, N° 8; pp. 22-26.

Kaplan, R. y Cooper, R. (1999): “**Costo y Efecto**”. Editorial Gestión 2000 S. A. Barcelona, España.

Kaplan, R. y Johnson, T. (1988): “**La contabilidad de costes: Auge y caída de la Contabilidad de Gestión**”, Plaza & Janes Editores, S.A. Barcelona, España.

Kaplan, R. “The Four Stage Model of Cost System Design”, *Management Accounting*. /s.l./: /s.n./, february 1990.

Mencimore, C. D. y Bell, A.T. (1995): “**Are you ready for fourth-generation ABC?**”, *Management Accounting*, January, pp. 22-26.

Miller, J. y Vollman, T. (1985): “**The hidden Factory**”. *Harvard Business Review*, Vol. 63, N° 1, pp. 142-150.

Porter, M. (1985): “**Competitive Advantage. Creating y Sustaining Superior Performance**”, *The free press. New York*.

Ripoll, V. M. (1996): “**Cambios en la Mentalidad del Contable en los Nuevos Entornos**”, en ICAC (1996), pp. 415-430. España.

Sáez Torrecilla, Á.; Fernández Fernández, A., y Gutiérrez Díaz, G. (1993): “**Contabilidad de Costes y Contabilidad de Gestión**”. Editorial Mc Graw Hill, Volumen I, España.

Sáez, Á. (1993): “**El modelo ABC desde la perspectiva Europea**”, En ACODI, *Cuestiones Actuales de Contabilidad de Costes*, pp. 223-245. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana S. A., España.

Sáez, A. (1995): “**Cuestiones polémicas del modelo ABC**”. *III Congreso Internacional de Costes y I Congreso Nacional de la ACODI*. Ediciones ICAC. Pp. 239-253.

Sánchez R., M. (2002): “**La propuesta ABC aplicada al sector hotelero**”. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona, España.

Schneider, E. (1968): “**Contabilidad Industrial. Fundamentos y principales problemas**”. Editorial Aguilar S. A. Madrid.

Shank, J. y Govindarajan, V. (1995): “**Gerencia Estratégica de Costes. La nueva herramienta para desarrollar una ventaja competitiva**”, Editorial Norma S.A., Colombia.

Staubus, G. (1971): “**Activity Costing and input – Output Accounting**”, Homewood, Irwin Illinois.

Tamarit Aznar, Carmen (2002): “**Variables que influyen en el diseño, implantación y control del sistema de costes y gestión basado en las actividades. Estudio de un caso**”. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia, España.

Thrischler, W. E. (1998): “**Mejora del Valor Añadido en los Procesos. Ahorrando tiempo y dinero eliminando despilfarro**”, Editorial Gestión 2000, España.

Turney, P. B. (1990): “**Ten myths about implementing an activity-based costing system**”, *Journal of Cost Management*, spring, pp. 24-32.

Vatter, W. (1945): “**Limitations of overhead Allocation**”, *The Accounting Review*, Vol. 20, N° 2, pp. 163-176.

Zaratiegui, J.R. (1999): “**La Gestión por Procesos: Su papel e Importancia en la Empresa**”, *Revista Economía Industrial*, Vol. 6, N° 330, p.p. 81-88. España. <http://www.mcyt.es/asp/publicaciones/revista/num330/12jrza~1.pdf> [Consulta: 1999, Noviembre 30]

Un breve ensayo sobre el debate entre lo científico y lo técnico en contabilidad.

Rosa Aura Casal

Profesora titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de los Andes.
casalrosa@cantv.net

Norka Viloría

Profesora titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de los Andes.
ggalarraga@cantv.net

Recibido 01/11/2006 - Revisado 06/12/2006 - Aceptado 26/01/2007

Resumen

La presente investigación estudia los argumentos que desde la propia contabilidad se han generado para mantener las dudas sobre su científicidad. Este estudio documental se basó en cuatro premisas: La influencia histórica en el desarrollo del conocimiento contable, el papel de las asociaciones de contadores públicos y la estandarización del conocimiento contable, el papel de las universidades venezolanas y el excesivo énfasis en los aspectos técnicos en la formación de los contadores públicos y, por último, las guías de acción como principios de la contabilidad y los problemas epistemológicos de la ciencia contable. Las conclusiones más resaltantes se relacionan con el hecho de que algunos de los argumentos que la propia contabilidad ha generado en contra de su científicidad se relacionan con el aislamiento del conocimiento contable de los avances de la ciencia y su anclaje en el paradigma cuantitativo que la ha reducido a una ecuación matemática, las normas contables sólo indican los procedimientos técnicos aplicables a situaciones puntuales y se debate entre el conocimiento técnico y tecnológico (como aplicación profesional) o profundizar en las bases epistemológicas.

Palabras clave:

Contabilidad, científicidad, conocimiento, técnica, problemas epistemológicos.

Abstract

The present research studies the arguments that from the accounting viewpoint have been generated to maintain the doubts on their scientific value. This documentary study is based on four premises: The historical influence in the development of the countable knowledge, the role the associations of public accountants and the standardization of the accounting knowledge, the role of the Venezuelan universities and the excessive emphasis on technical aspects in the formation of the accountants public and, finally, the guides of action as the principles of the accounting profession and the methodological problems of accounting science. The salient conclusions are related to the fact that some of the arguments that the same accountants have generated against its scientific value are related to the isolation of the accountant knowledge from the advances of science and his anchorage in the quantitative paradigm that has reduced it to a mathematical equation, the accounting norms only indicate the technical procedures applicable to precise situations and raise debates between the technological and the technical knowledge (as a professional application) or deepen the epistemological bases.

Key words:

Accounting, scientific value, knowledge, technique, epistemologic problems.

1. Introducción

En la presente investigación se trata de presentar un pequeño bosquejo de lo que ha sido la historia de la contabilidad desde sus inicios hasta nuestros días. Como se ha confrontado y negado su cientificidad y de que manera los practicantes del oficio la han llevado a través del tiempo por el camino del tecnicismo. El trabajo se estructuró de la siguiente manera: Como primera parte se habló de las influencias históricas que ha tenido el pensamiento contable, luego cuál ha sido el papel de las asociaciones de contadores públicos, y de que manera han contribuido a la estandarización del conocimiento contable, qué papel han tenido las Universidades Venezolanas, y de que manera han hecho excesivo énfasis en los aspectos técnicos en la formación de los contadores públicos, y por último se presentan unas guías de acción como principios de la contabilidad: Los problemas epistemológicos de la ciencia contable.

2. Influencias históricas en el desarrollo del pensamiento contable

Cuando el Fray Luca Paciolo, en 1484, formuló la teoría de la partida doble posiblemente como una reflexión de sus observaciones y experiencias al registrar las operaciones comerciales, no podía imaginarse la trascendencia de su aporte.

Uno de los capítulos del libro de matemáticas de Luca Paciolo fue dedicado a la contabilidad. Con ello sistematizó la estrecha relación entre las matemáticas y la contabilidad. Los postulados de Isacc Newton marcaron el modo de pensar del siglo XVIII y profundizaron la tendencia mecanicista de ver los hechos. Es muy probable que las ideas de Newton incidieran en el desarrollo de los principios de contabilidad.

Stephens (1735), publicó su libro *Italian Book-Keeping Reduced into an*

Art, en el que propuso la ecuación patrimonial ($\text{activo} = \text{pasivo} + \text{capital}$), que proporcionó la posibilidad de presentar la información financiera a terceros, de manera explícita. Así mismo, convirtió en una ecuación matemática la proposición de Paciolo de que a cada cuenta receptora le corresponde una contraparte que cede en la misma proporción. El aporte de Stephens, se conoció en Inglaterra como Teoría Patrimonial, Cuantitativa o Materialista [Boter, 1959]. Redujo todo el conocimiento contable a una expresión matemática, la cual siempre debe estar en equilibrio, y condujo a los practicantes del oficio por el camino cuantitativo, donde lo importante son las cifras y su equilibrio sin tomar en cuenta el entorno donde se producen.

Las leyes físicas de la termodinámica también podrían asociarse a los principios de la contabilidad. Con la analogía entre el concepto de equilibrio de la termodinámica y el equilibrio de la ecuación patrimonial se puede sugerir la influencia de la mecánica newtoniana en la formulación de los principios de la contabilidad. Otro ejemplo de esta influencia está constituido por la relación entre el papel que juega la medida del calor en las leyes de la termodinámica (estabilidad y uniformidad) y el supuesto de la contabilidad de que la moneda es una medida uniforme y estable para conseguir el equilibrio patrimonial.

Esta cercanía de la contabilidad con dos ciencias, la matemática y la física condujo al conocimiento contable por el camino de la cuantificación. Los hechos se registran sin tomar en cuenta el entorno donde ocurren ni la validez de la información que se recibe. También podría sugerirse la influencia del pensamiento filosófico en la práctica contable. En el positivismo, la contabilidad encontró una filosofía que proporcionó las bases teóricas a su ejercicio. La contabilidad quedó marcada con una excesiva cuantificación y con un crucial determinismo.

Las influencias antes descritas en su momento histórico fueron importantes y cruciales para el desarrollo de la contabilidad. Hoy en día la física ha avanzado hacia lo cualitativo, la filosofía se ha insertado en el pensamiento complejo, el valor del medio ambiente se ha enfatizado (la valoración y registro de los recursos naturales es misión de la contabilidad), y los costos sociales de la educación o la salud se han incorporado. Sin embargo, estos cambios no han influenciado a la contabilidad como los descritos en sus inicios. Este rezago ante los cambios de otras disciplinas puede ser considerado como un componente de la explicación del relativo estancamiento de la contabilidad.

Además de que la contabilidad ignoró estas influencias externas también hay componentes endógenos de la disciplina que la han aislado aún más, tales como los que se ilustraran a continuación.

3. El papel de las asociaciones de contadores públicos: La estandarización del conocimiento contable.

La estandarización del conocimiento contable constituye una actividad importante de las asociaciones de contadores públicos. La estandarización se vincula con una serie de guías de acción del quehacer contable y permite una conducta colectiva frente a la información financiera. Las ventajas de la estandarización se relacionan con: la posibilidad de comparar los resultados de diferentes organizaciones que pueden o no estar ubicadas en el mismo espacio geográfico, facilita el proceso de análisis por parte de personas ajenas a la organización, coadyuva a la transparencia de las transacciones, permite la armonización de la información financiera en distintos países, y garantiza un mínimo de la calidad de trabajo del contador público.

La estandarización de la

contabilidad es responsabilidad de las asociaciones profesionales. Tua Pereda citado por Martínez (2003), expresa que:

Son las organizaciones de expertos contables las que establecen su propia disciplina corporativa y los mecanismos sancionadores en el caso de incumplimiento de dicha disciplina. En este marco se inserta la emisión de normas para la práctica, cuya coercitividad no es jurídica, sino que se apoya en la aceptación que les deparan los profesionales, en el prestigio de la entidad emisora de la norma y en las garantías que ofrece la disciplina corporativa (p.85).

Las asociaciones profesionales de contadores públicos, como entidades privadas sin dependencia gubernamental, ya existían desde finales del siglo XIX en Europa y Estados Unidos y establecieron las pautas de actuación del profesional. Las asociaciones tradujeron el hacer contable a normas y pronunciamientos de carácter técnico, que tenían como objetivo homogeneizar el trabajo del contador para lograr que la información a terceros fuese uniforme. Desde ese momento poco se hizo por profundizar en la doctrina contable pero sí mucho por mejorar las técnicas de registro y la calidad de la información.

En Venezuela, la asociación de contadores públicos que norma la actuación profesional, se denomina Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (FCCPV) fue creada en 1973 con la promulgación de la Ley de Ejercicio Profesional de la Contaduría Pública. La federación ha normado la práctica contable a través de las Declaraciones de Principios de Contabilidad conocidas por sus siglas como DPC.

Al analizar las declaraciones de principios de contabilidad, se percibe una carga técnica relacionada con el quehacer profesional, que contribuye al reforzamiento de percibir a la contabilidad como un sistema de información cerrado. Un sistema de entradas y salidas, con

su correspondiente caja negra, la cual al tipificarla y normalizarla en exceso no es más que un programa computacional, donde el hombre pareciera no es necesario.

Esta percepción de la contabilidad como un proceso cíclico de producir información financiera hace que estudiosos como Martínez hagan un llamado de atención al expresar que “la contabilidad en corto plazo se podía informatizar casi en su totalidad, sin apenas intervención de los propios contables, por lo que se necesita un salto cualitativo para mantener el estatus dentro de la empresa...si no somos capaces de crear este salto, estamos a un paso de que la contabilidad deje de ser una actividad humana.” (1997, p.33).

Las asociaciones profesionales deben *escuchar* las exigencias de la sociedad a cerca de la calidad de la información más allá de lo cuantitativo. Ejemplos críticos de esta situación lo enfrentan casi a diario los organismos reguladores de los mercados de capitales, donde a pesar de exigir información financiera bajo normas específicas y debidamente auditados, sus inversores están en riesgo debido a información cualitativa de la empresa que no está disponible para ellos. La respuesta a ésta exigencia no se puede dar exclusivamente desde el enfoque técnico que expresan las declaraciones de principios de contabilidad.

Al respecto Garay (1997), expresa:

El lenguaje contable actual tiende a olvidar algunos de estos poderes. Por ejemplo, pueden quedar fuera de la taxonomía de las rúbricas aspectos relevantes como la marca y el buen nombre-cuando no son adquiridos por contraprestación económica- los conocimientos, las capacidades y las costumbres de las personas, etc. La fuerza de una empresa a menudo se asienta sobre este tipo de objetos inmatriciales como la información, la costumbre o la imagen. Estos

poderes contribuyen a acometer nuevas acciones o a estabilizar las acciones futuras, precisamente en tanto que aumentan o mantienen la libertad de actuación. El grado de incremento de la libertad de acción se corresponde básicamente con su valor como bien económico (p. 17).

Ahora bien, como se indicó anteriormente, una de las ventajas de la estandarización es que establece un mínimo de armonización en la práctica contable necesaria para garantizar la utilidad y calidad de las cifras, no es menos cierto que en el proceso de formulación de la norma contable no priva la acción académica neutral en pro de construir las bases epistemológica de la misma sino la urgencia o necesidad de resolver problemas que se van presentado en función de los cambios en el entorno económico y social del país de origen de la norma. Por otra parte, en muchos casos es una replica de normas extranjeras que no se adaptan necesariamente al quehacer en el país de uso. Es conveniente recordar que la Federación de Colegios de Contadores Públicos es garante del cumplimiento de las normas éticas y las medidas de disciplina que aseguran la dignidad en el ejercicio de la profesión, así como del avance de la ciencia contable, para que los profesionales pueden ejercerla con los más altos niveles morales, técnicos y científicos (Documento de presentación del FCCPV. 1997), acordes con las necesidades de la sociedad, surge entonces la siguiente inquietud *¿es ético hacer pronunciamientos técnicos sin sólidos basamentos científicos?*

4. El papel de las Universidades Venezolanas: Excesivo énfasis en los aspectos técnicos en la formación de los contadores públicos

En Venezuela, la enseñanza formal de las ciencias contables se inicia a mediados del siglo XX, cuando en 1957 la Universidad Central de Venezuela ofrece los estudios en Administración, mención

Contaduría Pública. Históricamente, este momento se enmarca con la llegada de las empresas transnacionales petroleras al país, las cuales tenían la necesidad de contar con personal capacitado en el área. En 1974 con la formulación de la Ley de Ejercicio Profesional del Contador Público, las Universidades en general, se obligan a separar las carreras de administración de la de contaduría y se emiten los primeros títulos universitarios de Contador Público.

La Ley de Ejercicio Profesional del Contador Público (1973), establece que se reconoce como contador público a las personas, que obtengan el título académico en una Universidad reconocida, como una forma de mantener el nivel instruccional necesario para ejercer la profesión, sin embargo, esto no garantiza que la carrera se trate dentro de las universidades como una ciencia. La concepción, en general de los planes de estudios no toma en cuenta el fortalecimiento de la ciencia sino que tienden a dar mayor importancia a la técnica contable en el proceso de aprendizaje. Para Zaá (2000):

Los planes de estudio en las diferentes universidades latinoamericanas contienen una fuerte dosis de mecánica o artesanía contable; los perfiles de los egresados dibujan las destrezas procedimentales y metodológicas que estos deben aplicar; los programas de las diferentes asignaturas ponen el énfasis en el hacer, en perjuicio del ser y del pensar; se afianza la práctica y desprecia la teoría; cobra fuerza lo deductivo concreto y se olvida lo inductivo abstracto. Todo esto en detrimento del descubrimiento científico (p.3).

La Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (FCCPV), tratando de aportar soluciones, reactivó en 1998 el Comité de Educación adscrito a la Secretaria de Estudios e Investigaciones con el objetivo de:

Promover el desarrollo y la enseñanza del conocimiento contable a través de una estrecha relación con las Escuelas de Contaduría Pública del país y decanatos de investigación y postgrado de las universidades nacionales; y a la par servir de órgano auxiliar de la Federación de Contadores Públicos de Venezuela para actuar a favor de la actualización de los profesionales de la contaduría pública (p.1).

Este comité actúa en forma incipiente y pareciera no tiene clara la concepción científica de la contabilidad, por lo cual su aporte a las universidades en este campo es prácticamente nulo.

La enseñanza técnica de la contabilidad en las universidades es fácilmente verificable. Sí se analizan los pensa de estudios se visualiza que no se inicia al estudiante por el conocimiento de la teoría contable y cómo generarla, sino por el aprendizaje del oficio.

En el seno de la mayoría de las universidades la investigación en la doctrina contable es escasa. Las investigaciones formales en el área no están dirigidas a la generación de conocimiento sino que se propicia el estudio de nuevas herramientas y su aplicación directa al trabajo profesional, así como la aplicabilidad de las declaraciones de principios de contabilidad emitidas por la FCCPV. En este último aspecto es importante acotar, de que a pesar de que en el Comité de Principios de Contabilidad de la FCCPV participan profesores universitarios, la universidad como ente rector del conocimiento no se pronuncia sobre las bases epistemológicas de los mismos o cuestiona su pertinencia, se limita cuando más a su enseñanza dándose el caso de que ni siquiera se enseña el oficio desde la perspectiva de la norma.

El rol de la universidad se podría enmarcar en tres acciones:

1. Reformular la manera de pensar

la contabilidad y la profesión, es actividad principal de la universidad promover las discusiones sobre el carácter científico de la contabilidad, incorporando en los pensa el estudio de la teoría contable, su fundamento y perspectivas.

2. Abordar la construcción del conocimiento contable, los aspectos epistemológicos que más adelante se discutirán se resuelven en el campo de la investigación formal, por lo cual el espacio universitario se convierte en bastión fundamental del estudio epistemológico.

3. Participar en la estandarización, pero entendida como un proceso *mínimo* de armonización de la práctica contable. La participación debe ser dirigida activamente a darle bases científicas a la práctica de la profesión.

Guías de acción como principios de la contabilidad: Los problemas epistemológicos de la ciencia contable

La Ciencia Contable, ha basado su quehacer en los denominados principios de contabilidad de aceptación general. Los principios de contabilidad son guías de acción técnicas que conducen al registro oportuno y razonable de las operaciones financieras, pero estos principios no necesariamente constituyen el eje epistemológico de la ciencia contable.

La epistemología entendida como el camino de la construcción del conocimiento, ha sido abandonada por la contabilidad y se observa que el conocimiento contable ha avanzado notablemente en el campo de la técnica, como una forma de resolver problemas puntuales.

Así mismo, se avanzó en la tecnología contable, sistematizando todo el proceso, pero no se le ha dado la misma importancia al componente científico de la contabilidad. Para algunos autores la doctrina contable se paralizó en la segunda mitad del siglo XX y pareciera se ha mantenido en los inicios del siglo XXI. Para Zaá (2000), en repetidas ocasiones y distintos escenarios ha planteado

como problema lo que él ha llamado una “parálisis paradigmática”, como expresión para denotar la larga estada de la contabilidad dentro del paradigma cuantitativo y la corriente positivista.

Esta asimetría entre doctrina y técnica más las influencias mecanicistas la transformaron en un sistema engranado que produce información en las cantidades y formatos que el usuario necesite. El descuido de la doctrina contable es otro aspecto que ha dado lugar al cuestionamiento del carácter científico de la contabilidad. Este descuido por la doctrina se evidencia en los pronunciamientos de las asociaciones de contadores públicos sobre el concepto de contabilidad. El Instituto Mexicano de Contadores Públicos define a la contabilidad de la siguiente forma:

Es una técnica que se utiliza para producir sistemática y estructuradamente información cuantitativa expresada en unidades monetarias de las transacciones que realiza una entidad económica y de ciertos eventos económicos identificables y cuantificables que la afectan, con objeto de facilitar a los diversos interesados el tomar decisiones en relación con dicha entidad económica. (2000, p.4)

Esta definición de la contabilidad como técnica, es un reflejo de la influencia histórica newtoniana y determinista del conocimiento donde lo importante son los hechos observables y el proceso de registro, y cierra la posibilidad de incorporar avances como la incertidumbre y el caos, que inciden en la calidad de la información financiera, por lo que el conocimiento se construye desde el punto de vista práctico y de corto plazo.

La FCCPV en el pronunciamiento Declaración de Principios de Contabilidad N° 0 (DPC 0), expresa que “la contabilidad debe ser considerada tanto una actividad de servicio como un sistema de información y una disciplina descriptiva y analítica”.

[FCCPV. DPC N° 0, 1997:1]. Conceptos éstos contradictorios (actividad es el conjunto tareas propias a una entidad, un sistema es la agrupación de actividades coordinadas para conformar un todo y lograr un objetivo, y una disciplina es el cuerpo conocimientos científicos de un área del saber determinada) que dejan espacio a la ambigüedad y resta fuerza a las bases doctrinarias de la profesión.

El paradigma contable actual (teoría, métodos y normas), fue útil al desarrollo de la ciencia hasta mediados del siglo pasado pero pareciera no lo es para el nuevo milenio. La probable causa de la crisis en las ciencias contables percibida en el entorno científico es que el paradigma actual se ha desequilibrado, dando mayor peso a la técnicas y a las normas que a la propia teoría, con lo cual aplicamos métodos del siglo XXI basándonos en una teoría del siglo XV y por ello la capacidad de dar respuestas a problemas puntuales cada vez se reduce más.

Ante este entorno es oportuno cuestionar si la contabilidad posee un sistema de conocimiento y un método apropiado para enfrentar los nuevos retos de la ciencia. La respuesta a esta interrogante, es en sí misma un problema que la ciencia contable puede resolver asumiendo una posición de investigación abierta, flexible, de construcción y compartiendo el conocimiento, y no tratando de normarlo.

Se vislumbra a la contabilidad, como una ciencia que se niega avanzar, encerrada en su propio círculo de experiencias inmediatas y hechos observables, marchando en un solo sentido (técnica-tecnología), sin intenciones manifiestas de cambiar de rumbo, con un consenso tal entre los profesionales del área dentro de un mismo paradigma y por ello indefensa e incapaz de dar respuesta a los nuevos retos que aparecen con más rapidez cada día, la gran interrogante es ¿Hacia dónde va la ciencia contable?

6. Conclusiones

La contabilidad como ciencia se ha encerrado en sí misma. Sus conocimientos y habilidades se han circunscrito únicamente a aspectos técnicos. Se ha negado a ejercer una comunicación interdisciplinaria. Y la vertiginosa velocidad de desarrollo de su entorno socio-económico tampoco se ha tomado en cuenta con la debida urgencia. La contabilidad ha quedado rezagada no sólo frente a los avances de la ciencia sino también a los avances de la filosofía.

Mantener el camino de la cuantificación pura a través de la estandarización del procedimiento contable, incentivar y apoyar exclusivamente la investigación de carácter técnico a través de las asociaciones profesionales y las propias universidades, conducirá más temprano que tarde a que la ciencia contable se encuentre en un camino abundante en tecnicismos y tecnología pero pobre en doctrina que es lo que mantiene vigente a la ciencia. Frente al excesivo tecnicismo y tecnología es oportuno plantear la conducta de los propios actores del quehacer contable (miembros activos de las asociaciones profesionales) que se han conformado con seguir las normas sin impulsar los cambios necesarios para fortalecer el conocimiento.

La estandarización sin bases epistemológicas, la información financiera sin razonamiento, la falta de cualidad de las cifras, la ignorancia de la carga ética que conlleva esta profesión, la escasa investigación, los programas de formación de pregrado, postgrados y de actualización profesional llenos del quehacer y no del cómo y por qué, hacer, parece que dan argumentos sólidos a los pares científicos sobre la no científicidad de la contabilidad.

Una tarea urgente tanto de las asociaciones profesionales como de las universidades y los propios actores

de la profesión es buscar respuestas multidimensionales e interdisciplinarias, fomentando la visión global del origen de los problemas y su solución desde el punto de vista del conocimiento más que de su aplicación práctica. Sin dudas, la contabilidad vive una crisis epistemológica. Se debate entre seguir construyendo conocimiento técnico y tecnológico o profundizar en las bases epistemológicas. La única vía para evolucionar de este estado del arte es la investigación.

Zaá J. (2000). **Contabilidad Ciencia u Oficio. Documento mimeografiado. Mérida: Conferencia en el marco del curso Propedéutico Contable del Postgrado en Ciencias Contables ULA.**

Referencias Bibliográficas

Boter F. (1959). Las Doctrinas Contables. España: Juventud

Federación Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (2002). **Principios de Contabilidad y las Normas y Procedimientos de Auditoría de Aceptación general de Venezuela.** Caracas: Fondo Editorial del Contador Público.

Federación Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (1997). **Documento de presentación del Comité de Educación.** Caracas: Mimeografiado

Garay J (1997). Lenguaje contable. Disponible en www.uem.es

Instituto Mexicano de Contadores Públicos (2004). **Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados. Versión estudiantil.** México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos

Martinez F. (1997). La contabilidad en el siglo XXI. Disponible en: www.universidaddehuelva.edu.es

Martínez G. (2003). **A propósito de la globalización y estandarización contables.** Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría. Número 14. Abril-Junio 2003

La Metodología Multicriterial y los Métodos de Valoración de Impactos Ambientales

(Aspectos básicos generales)

Serafín Corral Quintana

Grado en Economía de la
Universidad de la Laguna. España
Dr. en Economía Aplicada.
scorral@ull.es

María E. Quintero de Contreras

Licenciada en Administración. Mención Gerencia
Master en Administración mención Finanzas
Doctora en Educación, Mención Currículum
Profesor Agregado de la Universidad de Los Andes
quincon7@faces.ula.ve, estella395@cantv.net

Recibido 22/03/2006 - Revisado 05/09/2006 - Aceptado 29/09/2006

Resumen

Debido al crecimiento económico en la última década, se ha creado la necesidad de prestar atención al medio ambiente. El análisis de la problemática ambiental, como consecuencia de una crisis ecológica que no se ha podido detener ni controlar, nos lleva a revisar los conceptos económicos y ambientales, con miras a lograr una cultura productiva de respeto y defensa del medio ambiente. Por consiguiente, han surgido varias metodologías, unas llamadas de evaluación y otras de valoración, que se presentan en este artículo cuyo objetivo principal es establecer diferencias entre ambas. Se utilizó la metodología de revisión documental que incluyó bibliografía, los trabajos e investigaciones sobre los diferentes métodos de valoración de impactos ambientales y metodologías de evaluación, asumiendo el concepto de sociedad entendida como un sistema producto de la interrelación entre hombre y medio ambiente, del cual se derivan varios subsistemas. Se concluye que los métodos de valoración constituyen un criterio más a ser considerado dentro de la metodología multicriterial, mientras que las metodologías de evaluación no asumen la conmensurabilidad de las funciones socio ambientales e introducen, por tanto, diferentes criterios de análisis en la evaluación de cuestiones ambientales.

Palabras claves:

Medio ambiente, valoración, evaluación, impactos ambientales, problemas ambientales.

Abstract

Due to the economic growth in the last decade, it is necessary to pay more attention to the environment. The environmental issue analysis, as consequence of an ecological crisis that has not been possible either to stop or to control, takes us to revise the economic and environmental concepts in order to achieve a production culture to respect and defend the environment. Consequently, several methodologies have arisen, some called of evaluation and others of valuation, that are presented in this paper whose main objective is to establish differences between them. The methodology of documental revision was used and it included bibliography, the works and investigations on the different methods of valuation of environmental impacts and evaluation methodologies, assuming the society concept as a system originated from the man-environment interrelationship, from which are derived several subsystems. The paper concludes that the methods of valuation constitute an additional criterion to being considered within the multicriteria methodology, while the evaluation methodologies don't assume the commensurability of the socioenvironmental functions and introduce, therefore, different approaches for the analysis of the environmental aspects evaluation.

Key words:

Environment, valuation, evaluation, environmental impacts, environmental issues.

1. Introducción

Uno de los rasgos característicos de la sociedad actual, es la creciente preocupación por las cuestiones medio ambientales -efecto invernadero, escasez de energía, degradación del medio natural. Las instituciones de la sociedad industrial se ven enfrentadas, desde la segunda mitad de este siglo, a la posibilidad de autodestrucción de toda vida en este planeta, una posibilidad totalmente novedosa (Beck, 1993). La era en la que el “progreso” se asociaba a incrementos exponenciales en el consumo de energía, de recursos, de producción de bienes, e incluso de volumen de residuos generados esta siendo cuestionada.

En las últimas décadas han sido las repercusiones negativas de esta concepción de progreso las que han comenzado a asumir especial protagonismo, cuestionando la idoneidad del tipo de relación que las sociedades industriales habían establecido con su medio para “satisfacer sus necesidades y desarrollarse.” (Corral, *et. Al*, 1999).

El desarrollo económico ha venido acentuándose y ello ha creado la necesidad de prestar atención al medio ambiente. Los países desarrollados como los en vía de desarrollo, consideran que la protección del medio ambiente es algo fundamental y no se puede desligar del desarrollo económico, por consiguiente, han asumido dentro de diversos acuerdos, declaraciones, políticas, leyes, etc., la responsabilidad de incrementar la sensibilización a los problemas del medio ambiente y de adoptar prácticas que resuelvan esos problemas.

Por lo tanto, cuando se analiza la problemática ambiental como consecuencia de una crisis ecológica que

no se ha podido detener, ni controlar, se espera la revisión constante de conceptos e ideas, de manera tal que permitan el surgimiento de un sistema de información, donde se refleje adecuadamente la situación o contexto informativo para el análisis y evaluación para cubrir los diferentes requerimientos de información relevante.

Estos problemas socio-ambientales generadores de daños no delimitables, globales y, con frecuencia, irreparables han despertado el interés de la población así como de las instituciones sociales intensificando una demanda de mayor información y un análisis más cuidadoso de las políticas públicas (Linblom, 1991). La formulación de políticas públicas no puede considerarse como un proceso ordenado y racional, siguiendo a Quade (1989) “en la práctica, raras veces las cosas son ordenadas. Muy a menudo los objetivos son múltiples, en conflicto y oscuros; ninguna alternativa posible es adecuada para alcanzar los objetivos; las predicciones realizadas a partir de los modelos están llenas de incertidumbres decisivas y otros criterios que puedan ser tan plausibles como el elegido, pueden conducir a un orden diferente de preferencias”.

La búsqueda de soluciones a la problemática ambiental es cada vez más evidente exigiendo a las empresas el perfecto conocimiento del problema; conocerlo implica explicar el impacto de hoy sobre el futuro, y explicar es un concepto que involucra conocer, identificar, denominar, divulgar, reportar y comunicar. Para lograrlo, es necesario establecer una conexión entre sociedad y naturaleza, para comprender la problemática ambiental presente en todos los países, unos más que otras, pero al fin debe hacerse sentir la preocupación de sus habitantes, para

poder evitar o mitigar el daño ya causado, estableciéndose para ello formas de ver los impactos ambientales presentes.

Al hablar de la problemática ambiental se hace necesario resaltar lo que es un problema ambiental. Pues bien, un problema ambiental no es otra cosa que cualquier situación indeseable en el ambiente, que requiere de la acción humana para diagnosticarlo, manejarlo, controlarlo y corregirlo. (Fundambiente, 1998).

Esta situación indeseable que no se ha podido detener ni controlar, nos lleva a considerar la necesidad de revisar constantemente los conceptos económicos, ambientales y empresariales que permitan la interacción entre el hombre y el resto de la biosfera, donde se determine la crisis ecológica, hoy día los efectos de la contaminación se suman a la histórica destrucción de los sistemas naturales por el Hombre. Los costos de la contaminación y de la degradación del medio ambiente son difíciles de calcular con exactitud.

El crecimiento económico en general y el desarrollo industrial en particular han tenido consecuencias importantes para el ambiente físico en el cual vive su población. Esto conlleva a que, las industrias deben desarrollarse con una nueva cultura productiva, de respeto y defensa al medio ambiente, utilizando en sus procesos de producción tecnologías que sean compatibles con las normas y políticas ambientales, donde se ofrezcan productos con mayor calidad, biodegradables, reciclables para que no envenenen al medio ambiente.

Es por ello, que han surgido una serie de metodologías, unas llamadas de evaluación y otras de valoración, las cuales

se presentan en este artículo con el objeto de establecer algunas características de ambas metodologías, para ser profundizada en otra investigación con la aplicación de la metodología de evaluación multicriterial a un caso de estudio como es el Parque Nacional Sierra Nevada del Estado Mérida-Venezuela, con el fin de poder determinar las consecuencias socio ambientales producto de la actividad turística en este parque, cuyo objetivo final será suministrar información que conlleve al establecimiento de políticas medio ambientales para el Estado Mérida.

Partiendo de la concepción anterior, se tiene que la creciente complejidad de las estructuras sociales alarga la cadena de conexión que existe entre la sociedad y la naturaleza, de manera tal que la sostenibilidad de la sociedad, depende esencialmente del mantenimiento del vínculo entre sociedad y naturaleza, pero a su vez es necesario el vínculo entre los actores sociales y sus instituciones (Woodgate, 1992; citado por Redcliftg y Woodgate, 2002). Relaciones que nos se pueden estudiar ni analizar aisladamente unas de otras, ya que no es posible la separación de los problemas del medio ambiente de su gestión, y es algo así como la relación entre sociedad y sus instituciones.

Se entiende la sociedad como un sistema, producto de la interrelación entre hombre y medio ambiente, formada por una estructura socioeconómica organizada de acuerdo a las características propias o autóctonas de cada región, de manera tal, que para que exista sociedad los hombres deben relacionarse entre sí con su medio ambiente, para generar los diferentes subsistemas, sean estos: económicos, políticos, ideológicos, etc. (Acosta y Fernández, 1997).

2. Características esenciales de ambas metodologías

Es importante empezar este apartado resaltando las diferencias entre lo que es evaluación de impactos ambientales y valoración económica del ambiente, entiéndase como evaluación de impactos ambientales (EIA), según Canter (1999) “como la identificación y valoración de los impactos (efectos) potenciales de proyectos, planes, programas o acciones normativas relativos a los componentes físico-químicos, bióticos, culturales y socioeconómicos del entorno” (p. 2-3).

Como se observa en ésta definición, evaluación se confunde con valoración, es preferible decir que el EIA se podría definir como un conjunto de técnicas que tiene como propósito fundamental el manejo de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con el medio ambiente.

El objetivo de la EIA, es considerar la variable ambiental en la planificación y toma de decisiones, con el propósito de definir políticas de actuación que sean compatibles con el medio ambiente.

Por otra parte, la valoración de los impactos ambientales según Azqueta (2002), se conoce como “El valor asociado a los distintos estados de la naturaleza..... utilizando para ello la misma lógica que se emplea para el sistema de mercado para valorar el resto de bienes y servicios” (p.77). En otras palabras, las personas dan un valor monetario al medio ambiente de acuerdo a sus preferencias. Tradicionalmente, los procesos de evaluación se realizan mediante un enfoque predeterminado por el organismo evaluador, sin tener en cuenta las diferentes visiones de los actores y agentes que intervienen

en una situación concreta. Es por ello, que los países destinan cada vez más mayores cantidades de recursos en el control de la contaminación, así como en la investigación y en la solución de los problemas que de ella se originan. En este sentido, el esfuerzo que los economistas relacionados con los temas ambientales han realizado en las últimas décadas, han diseñado un conjunto de enfoques metodológicos para la valoración de los bienes no mercadeables. (Grimaldo et al, 2004).

1.1. Los métodos de valoración

Los enfoques metodológicos diseñados para la valoración, motivados por la problemática del medio ambiente, están fundamentados por los costos de oportunidad de los bienes ambientales que no son vendidos ni intercambiados en el mercado. Según Seller (1985) citado por Corral (2000), ésta valoración conlleva al bienestar siempre y cuando exista una correcta valoración de los bienes ambientales, utilizando en su medición el análisis ambiental. Uno de estos análisis es el llamado “costo-efectividad”, el cual consiste en “observar la manera más económica de lograr un objetivo determinado de calidad ambiental, o lo que es lo mismo, lograr el máximo mejoramiento de cierto objetivo ambiental para un gasto determinado de recursos” (Field, 1995, p.17).

Otro tipo de análisis ambiental es el “costo-beneficio”, que consiste en medir, en términos comparables, tanto los costos como los beneficios de una política o programa. El análisis costo-beneficio es una herramienta muy utilizada por los economistas para valorar las decisiones ambientales. Las limitaciones que tiene este tipo de análisis, es la controversia política sobre muchos asuntos ambientales, ya

que hay grupos de personas cuyo mayor interés se concentra en los beneficios, así como hay otros grupos de personas que se interesan por los costos (Field, 1995). Otro análisis ambiental que nos proporciona la Economía Ambiental Según Field (1995), es el análisis de riesgo, la importancia que se tiene al medirlo en la gestión ambiental radica fundamentalmente en dos tipos de actividades: su evaluación y administración.

La evaluación del riesgo consiste en determinar cuánto valoran las personas situaciones alternativas que involucran diferentes niveles de riesgo es decir la disponibilidad que tienen las personas de pagar, y así obtener cambios en esos niveles a los cuales están expuestas. La administración del riesgo se refiere a las políticas públicas que tienen por objetivo la reducción de situaciones a los cuales están expuestos los seres humanos.

Existen varios métodos para la valoración económica del ambiente. Los cuales se agrupan en: métodos **indirectos**, éstos se desarrollan como sustitutos de los mercados con fallas y se basan en el hecho de que existen unas preferencias reveladas por parte de los individuos y los métodos **directos** llamado también de construcción de preferencias, se fundamentan éstos métodos sobre la premisa que existen una serie de bienes para los cuales no se cuenta con información sobre las cantidades ofrecidas y demandadas y sus respectivos precios. Por ello, la información necesaria para aplicar valoración a través de este enfoque, se obtiene a partir de encuestas que plantean escenarios hipotéticos de valoración del bien. (Grimaldo *et al*, 2004)

Dentro de los métodos **indirectos** tenemos la función de producción de

hogares, costo de viaje y de la función de producción de salud. El primero de ellos parte del principio que los individuos pueden invertir en ciertas actividades con el fin de evadir los efectos negativos de la contaminación. Esta puede ser una buena aproximación de la verdadera medida del valor del daño a un recurso natural y/o ambiental (Mendieta, 2001).

Según Grimaldo *et al* (2004), el método de costo de viaje es generalmente aplicado para valorar los servicios de recreación proporcionados por el ambiente. Este método busca estimar una curva de demanda por servicios ambientales en función del costo de viaje, el cual se obtiene a partir de información obtenida sobre el número de visitantes, la distancia al lugar, los gastos realizados, los lugares sustitutos.

El método de la función de producción de salud estima el valor económico de los cambios producidos en la calidad ambiental a través de los efectos generados en la salud de las personas, los cuales ocasionan costos sociales para las comunidades y son difíciles de valorar.

El Método de los Precios Hedónicos se ocupa de aquellos servicios ambientales relacionados con el bienestar como la calidad del aire, las bellezas naturales, la fertilidad del suelo. Dichos servicios ambientales aunque no poseen un mercado real, son parte del proceso de formación de precios de otros bienes y servicios que sí son mercadeables.

Por otra parte, dentro de los métodos **directos** se encuentran representado por el método de valoración contingente, llamado también método de construcción de mercados hipotéticos y los métodos de los pasivos ambientales. El método de valoración contingente trata de averiguar

cuáles son las preferencias del público relacionadas con la calidad ambiental. Para determinar dichas preferencias se aplican cuestionarios y, a partir de la información obtenida en ellos, se procede a simular mercados de la calidad ambiental, con esta información se toma la decisión más acorde la cual se fundamenta en función a las características que tiene cada una de las alternativas como en el caso de un parque el cual está caracterizado por diferentes especies de aves, sitios para acampar, playas, calidad del agua, etc. (Mendieta, 2001).

Para Grimaldo *et al* (2004), el método de valoración de los pasivos ambientales se fundamenta en la misma premisa a partir de la cual se realiza la valoración monetaria de bienes y servicios ambientales que determina la forma en que se usa el dinero como medida para indicar ganancias, beneficios, costos, pérdidas, gastos o pasivos. Usar el dinero como una unidad de medida es fundamental para la presentación de los estados financieros ya que los consumidores expresamos nuestras preferencias en esos términos. Al comprar un bien estamos indicando nuestra disposición a pagar y cuando se quiere medir el daño ambiental se indica la disposición a ser compensado (Pearce y Turner 1995).

Estas técnicas de valoración económica, en resumen lo que pretenden en el fondo es cuantificar en términos monetarios los impactos ambientales de los proyectos. El concepto económico de valoración en que se sustentan estas técnicas es la disposición a pagar (DAP) de los individuos por un servicio ambiental o un recurso y a su vez por la disposición a ser compensado (DAC) (Corral, 2000).

Por otra parte, éstos métodos de valoración parten de la premisa que los

bienes no mercadeables son aquellos que se caracterizan por no poseer un mercado tradicional en el cual se forme un precio a través de la intersección de las curvas de demanda y oferta. Sin embargo, existen varias consideraciones importantes por las cuales la valoración de este tipo de bienes es, no sólo interesante, sino necesaria.

La primera consideración se refiere al problema de las fallas de mercado originadas fundamentalmente por una asignación deficiente de estos bienes; la segunda, es la forma de proporcionar los bienes públicos a la sociedad de manera eficiente y por último, la existencia de los daños causados por la contaminación que generan pérdidas significativas en el bienestar social (Grimaldo *et al*, 2004).

1.2. La metodología multicriterial

En general, las metodologías de valoración antes mencionadas pretenden dar un valor económico a los bienes ambientales, aún cuando existen algunos bienes ambientales que no tienen precio, pero si tienen un valor inconmensurable, sin embargo, es necesario retomar la concepción del ambiente desde otra perspectiva, resaltando la importancia de la línea evaluación y equidad, la cual propone una metodología de evaluación que permite la participación de los actores y agentes involucrados en un sitio de trabajo específico, construyendo de esta manera una visión colectiva de lo que está sucediendo, y lo que es posible hacer en términos de conservación y uso sostenible de la biodiversidad, cuándo se asume esta postura estamos en presencia de evaluación de impactos ambientales cuyo objetivo último es diseñar políticas.

A lo largo de los últimos veinte años se han desarrollado y aplicado una variedad de métodos multicriteriales de ayuda a la decisión (MCDA), con el fin de facilitar la organización de información tanto científica

como económica, como base para los procesos de toma de decisiones en materia ambiental. Los métodos multicriteriales no asumen la conmensurabilidad de las diferentes dimensiones del problema, ya que no proveen un único criterio de elección, en este sentido, no existe la necesidad de reducir todos los valores a la escala monetaria, ayudando a encuadrar y presentar el problema, facilitando el proceso decisor y la obtención de acuerdos políticos. Permitiendo generar y analizar diferentes cursos de acción en base a diferentes criterios de evaluación (económicos, sociales y ambientales) que sean relevantes para los diferentes grupos de interés afectados. Así, los métodos multicriteriales ayudarán a descubrir relaciones e identificar los más importantes trade-off entre los diferentes actores, aspecto de especial importancia en las situaciones de negociación e implementación de políticas.

Como una herramienta para gestión de conflictos, la evaluación multicriterio ha demostrado su utilidad en muchos problemas de gestión ambiental (Beinat y Nijkamp, 1998; Munda, 1995). Desde un punto de vista operativo, la principal fortaleza de los métodos multicriterio es su capacidad para afrontar problemas marcados por diferentes evaluaciones en conflicto. Las técnicas de evaluación multicriterio no resolverán los conflictos, pero pueden ayudar suministrando más luz hacia la naturaleza del conflicto, aportando formas de llegar a compromisos políticos en caso de preferencias divergentes en un sistema de grupo o comité aumentando así la transparencia del proceso decisor.

Para Corral (2000), la metodología multicriterial juega un papel importante en la planificación ambiental, ya que el bienestar es una variable multidimensional que incluye el ingreso promedio, el crecimiento, la calidad del medio ambiente, la equidad distribucional, el suministro de los servicios públicos. Este enfoque entra en contraposición con los métodos de valoración, ya que consideran un solo criterio de evaluación que es el económico (monetario), bajo la postura de una visión radical economicista.

La evaluación de los bienes y servicios ambientales derivados de la diversidad biológica es una herramienta que permite al tomador de decisión orientar la inversión social y ambiental a nivel local, regional o nacional. Adaptar las diferentes técnicas de evaluación al contexto cultural y socioeconómico en el cual se desarrollarían las estrategias de conservación de la biodiversidad es el primer paso para entender los procesos de uso por parte de las comunidades locales, los procesos culturales e históricos de su conservación y las potencialidades económicas del uso sostenible de la biodiversidad (García, 2004). Los beneficios de la conservación y uso sostenible de la biodiversidad generan un flujo de bienes y servicios que se perciben desde la escala local a lo global, y se proyectan en el tiempo hacia las generaciones futuras. Sin embargo, muchos de los conflictos frente a la conservación se explican por la ausencia de una evaluación, ya sea parcial o total, de la contribución real (o impacto) de los recursos biológicos sobre los niveles de bienestar de las comunidades.

Según Corral (2000), la metodología multicriterial permite la incorporación de diferentes puntos de vistas e intereses dentro de una estructura analítica, permitiendo que los hechos e información científica puedan relacionarse de una forma explícita con percepciones e intereses. Estos métodos se clasifican en: **continuos, discretos**, partiendo de la premisa que los problemas de evaluación pueden llevar a diferentes tipos de resultados y por consiguiente a diferentes alternativas, y que la complejidad de los problemas de toma de decisiones es elegir la alternativa más óptima, para ello se recurre a diferentes metodologías para realizar su análisis y de acuerdo a la investigación realizada por Corral (2000), se pueden citar las siguientes:

La teoría de utilidad multiatributo (TUMA), donde prevalece la racionalidad humana para la elegir la mejor alternativa, cuya preferencia está completamente preordenada, además que Simon (1983) citado por Corral (2000), determina

que los seres humanos no tienen a su disposición ni los hechos ni la estructura consistente de valores, ni la capacidad de razonamiento necesaria para aplicar los principios de ésta teoría.

Otra teoría para el análisis de las decisiones es **el Proceso Analítico Jerárquico (PAJ)**, donde se estructura el problema de decisión en niveles que corresponden a la comprensión que tiene el individuo de la situación: metas, criterios, subcriterios y alternativas. Esto permite al tomador de decisiones centrarse en conjuntos más pequeños de decisiones.

Por otra parte, existen los **Enfoques de la Teoría de la Utilidad y la Evaluación Cualitativa Multicriterio**. Donde se analiza la información cuantitativa y cualitativa. La cuantitativa se mide en intervalo o en una escala de razón y la cualitativa se mide en una escala nominal y ordinal, existiendo dos enfoques para analizar la información cualitativa: uno es el directo en donde la información cualitativa se usa directamente en un método de evaluación cualitativa, el otro enfoque el indirecto, la información cualitativa se transforma primero en información cardinal y después se usa uno de los métodos cuantitativos existentes.

Otra forma es **El método de superación**, donde se modela las preferencias mediante cuatro relaciones binarias I (indiferencia), P (preferencia estricta), Q (gran preferencia) y R (incomparabilidad); con la relación de gran preferencia, se obtiene las demás relaciones.

Por último se tiene **el método NIADE (Munda, 1993)**, lo ideal será que la información sea precisa, segura, exhaustiva e inequívoca. Pero esa información en la realidad no es

así, ya que hay que enfrentarse a la incertidumbre de la naturaleza estocástica y muchas veces la información es difusa. Este método multicriterio discreto cuya matriz de impacto puede incluir medidas deterministas, estocásticas o difusas del comportamiento de una alternativa con respecto a un criterio. Se comienza con una matriz que muestra los impactos de diferentes cursos de acción en cada grupo, y se usa un procedimiento de agrupación difusa indicando los grupos cuyos intereses están más cerca en comparación con los demás.

3. El problema socio-ambiental visto desde la óptica reduccionista

Las metodologías para valorar el medio ambiente se fundamentan bajo un enfoque reduccionista, ya que desde los tiempos de los antiguos la meta de ciencia era la sabiduría, el saber comprender el orden natural y vivir en armonía con él. El afán de los siglos pasados ha sido el de vivir, no con la naturaleza sino enfrentado a ella, cómo la proveedora de recursos inagotables. Esta visión reduccionista lo que pretende es "dominar la naturaleza" para hacerla esclava del hombre, lo importante es el valor monetario de las cosas. Se precisa entonces, de retomar la ciencia bajo una óptica más humana, donde se retomen el aspecto cualitativo e inmaterial de las cosas, la estética y sensibilidad ética, el alma, la conciencia, el sentimiento, el amor, la solidaridad humana, los valores que quedaron fuera del modelo mecanicista de nuestra ciencia y que debemos reivindicar si queremos sobrevivir en paz y con dignidad.

Es por ello que a partir de la década de los 70 y 80, cuando se empiezan agudizar los problemas medio ambientales tanto globales como regionales, nacionales y locales, empiezan a surgir las primeras conferencias, reuniones y acuerdos relacionados con el medio ambiente, resaltando la necesidad de incorporar la variable ambiental como factor de garantía del progreso dentro del discurso. Es cuando nace el concepto de desarrollo

sostenible, como respuesta o contraposición al desarrollo económico neoliberal, donde no puede haber progreso sólido y estable, si no existe una preocupación de la sociedad en su conjunto por la conservación ambiental (García, 2004)

El desarrollo sostenible es un nuevo modelo económico capaz de generar riqueza y bienestar, al mismo tiempo promueve la cohesión social que impide la destrucción de la naturaleza, tal cómo lo señala Villegas (2002):

“...el desarrollo sostenible, abarca los aspectos económicos (crecimiento del tercer mundo), social (integración y solidaridad entre el norte y el sur) y medioambiental (preservación de los bienes mundiales de todos y regeneración de los recursos naturales) (p.56).

Además el desarrollo sostenible se preocupa por los problemas a largo plazo, mientras que el actual desarrollo se centra solamente en lo económico con una visión a muy corto plazo, es decir, en el aquí y en el ahora, una visión muy economicista.

Por otro lado, la experiencia ha demostrado que el desarrollo sostenible exige el compromiso con una gestión y unas políticas económicas racionales, una administración pública eficaz y previsible, la integración de las cuestiones ambientales en el proceso de toma de decisiones y el avance hacia un gobierno democrático, a la luz de las condiciones concretas de cada país, que permitan una plena participación de todas las partes interesadas. Estos atributos son esenciales para el cumplimiento de las orientaciones y los objetivos de política de cada región, es por ello que actualmente se está hablando de un desarrollo sostenible local.

Las decisiones sociales tratan fenómenos “reflexivos”, ya que una

evaluación efectiva, para ser realista, debería considerar no solamente las dimensiones medibles y contrastables de la parte simple del sistema, que aunque sean complicadas pueden ser simuladas técnicamente [Funtowicz *et al.*, 1997]. También debería tratar las dimensiones más complejas del sistema, aquellas en las que las relaciones de poder, los intereses ocultos, la participación social, los aspectos culturales y otros valores “blandos” se tornan relevantes y se convierten en variables inevitables que afectan en gran medida pero no de forma determinante los posibles resultados de las estrategias adoptadas.

Numerosos factores de carácter cualitativo, van a influir en la planificación, implementación y gestión del recurso agua, mas allá de las consideraciones meramente hidrológicas o económicas. El enfoque que se utilice para afrontar cuestiones relacionadas con el agua deberá contemplar las múltiples perspectivas inherentes a este activo, haciéndose indispensable la introducción de métodos relacionados con el dialogo y la negociación dirigidos a promover la resolución de conflictos (Corral, *et. Al*, 1999).

No es posible asumir por más tiempo, que las incertidumbres técnicas e institucionales existentes en problemas relacionados con la planificación, uso y gestión sostenible, pueden ser manejados por sistemas contables, indicadores o por poderosos ordenadores; tampoco los conflictos que surgen en los procesos de toma de decisiones pueden ser diluidos usando la legitimación de la ciencia o la sofisticación de la tecnología. Cuando ciencia y tecnología son utilizadas en la resolución de problemas de planificación y gestión, las incertidumbres y los juicios de valor deben presentarse de forma

transparente, entendible y accesible a los diferentes actores involucrados en el proceso: decisores, usuarios y la comunidad en general.

Se parte de la concepción que los problemas medio ambientales que tiene Venezuela son producto del proceso globalizado, aún cuando los problemas ambientales son de origen natural, la magnitud y el daño causado es producto de la intervención del hombre, bajo esta postura es que se presenta este artículo, y por ser un tema complejo debe ser abordado bajo un enfoque interdisciplinario que se puedan plasmar en proyectos socio ambientales, entendidos éstos como “Aquél que trata de educar (y promover la organización) los pueblos para combatir la pobreza y aprender a convivir con el ambiente, sin dañarlo y recuperar los daños ocasionados” (Burguera, 2002).

Bajo esta premisa se aborda el presente trabajo, ya que busca en la actividad turística como generadora de ingresos para cada país, región o municipio, lograr un crecimiento económico que necesariamente tiene que abocarse hacia el desarrollo sostenible de esa región, que conlleven al establecimiento de políticas con la intervención de sus actores sociales y encuentran en el análisis multicriterial la respuesta a ésta exigencia.

1.1. La posible solución al enfoque reduccionista de la economía, la aplicación de la metodología multicriterial a una actividad turística en el Estado Mérida: El Parque Sierra Nevada.

En la actualidad, cuando estamos en el nuevo milenio, en momentos donde se plantea en el ámbito internacional la tendencia de la globalización, la integración económica, la conexión de

los países con el avance de la ciencia, la tecnología y la información, se debe considerar el desarrollo del turismo, con mucho cuidado, esmero, estudio e integración de esfuerzos.

Partiendo de la concepción que el turismo es un tipo de recreación, cuya actividad constituye una fuente de ingresos para la región, es necesario estudiarlo con muy cuidado y esmero, bajo la concepción de sostenibilidad ya que la Región de los Andes cuenta con un potencial turístico formado por la existencia de recursos naturales.

El ejemplo de actividad turística de la Región de los Andes del Estado Mérida es el Parque Nacional Sierra Nevada, considerado como una de las actividades turísticas más importantes del Estado Mérida. Está ubicado entre los Estados Barinas y Mérida, en pleno núcleo de la Cordillera de Mérida, en el macizo llamado Sierra Nevada de Mérida, de donde proviene el nombre del parque. El extremo nororiental del mismo forma parte de la Sierra de Santo Domingo.

Según Venezuela virtual la superficie del Parque Nacional Sierra Nevada es de 276.446 hectáreas, de las cuales 185.886 pertenecen al estado Mérida y 90.560 al estado Barinas. Fue el segundo Parque Nacional decretado en Venezuela el 02 de mayo de 1952 según decreto 393 de la gaceta oficial N° 23.821. Allí se encuentran los únicos glaciares existentes en Venezuela, los cuales presentan cumbres de nieve perpetua durante todo el año. Las cimas más altas incluyen el Pico Bolívar con sus 5.007 m de altura, acompañado de las otras cuatro Águilas Blancas: La Concha, El Toro, El Espejo y El León, cuyas alturas rebasan los 4.700 m; además de los nevados Picos Humboldt (4.290 m) y el Bondpland (4.942 m).

Los principales atractivos turísticos: La Mucuy, La Laguna de Mucubají, Complejo escultórico-arquitectónico-religioso El Tisure, Sistema del Teleférico de Mérida, Lagunas: La Victoria, La Negra, Los Patos, La Canoa, Laguna Grande, Anteojos, El Fraile, Rincón, Royal, La Careta, Santo Cristo, Aldeas El Palmar, Mesa de Managua, Estaciones del Teleférico: Barinitas, La Montaña, La Aguada, Loma Redonda, y Pico Espejo, Quebrada de Gavilán, Poblado turístico Los Nevados, estación meteorológica de El Morro. Sin embargo, la principal atracción turística de la zona es siempre y será el Teleférico de Mérida, el más alto y largo del mundo.

Además, el Parque Nacional Sierra Nevada le presenta al visitante alternativas recreacionales como la escalada de sus espectaculares picos y el excursionismo; la práctica del ecoturismo y el paseo por algunos de los pueblos más hermosos de la región como Gavidia, El Carrizal, Los Nevados, El Morro y el Quinó; y por lagunas emblemáticas como la Laguna de los Patos y la de Santo Cristo.

Es importante hacer mención de lo expresado por Grimaldo (1975) en su investigación cuándo aclaraba que en todo decreto:

“De Parques Nacionales y áreas equivalentes se fundamentan en la filosofía de preservar la grandiosidad de la naturaleza y en la preocupación espiritual por la generaciones contemporáneas y futuras a las cuales debería dárseles la oportunidad de compartir ambientes naturales adecuados para su existencia. (Pág. 30)

Como puede observarse ya el concepto de desarrollo sostenible prevalece en esta consideración y bajo

esta filosofía es que se debe realizar toda investigación relacionada con el medio ambiente. Por otra parte, son escasos los países del mundo, donde en la actualidad los Parques Nacionales no estén siendo amenazados por el sobreuso de corrientes turísticas no planificadas. La concepción actual del turismo, no incluye programas de protección efectiva al ambiente natural que es en definitiva la garantía de materia prima para la recreación. Es por ello, que al aplicar el análisis multicriterial en esta zona, se pretende involucrar a todos los actores sociales del Parque Nacional Sierra Nevada, para lograr el establecimiento de políticas tanto ambientales como sociales, económicas y turísticas, se logra la sensibilización y concientización de sus habitantes.

Por otra parte, la metodología multicriterial constituye una de las herramientas necesarias cuando se pretenden elaborar políticas ambientales, tomando en cuenta no solamente el valor monetario del medio ambiente, sino integrándolo con criterios de diversos actores que hacen vida activa en el Parque Nacional Sierra Nevada, incluyendo la participación de la población, con el fin de llegar a un consenso para la toma de decisión más acertada en la fijación de las políticas ambientales y turísticas. En un próximo artículo se indicará los resultados de la aplicación de ésta metodología al PNSN.

Sin embargo, ya se han aplicado la metodología multicriterial a casos prácticos a nivel internacional, cómo la investigación realizada por Funtowicz, Marchi, Lo Cascio y Munda (1998), en la comunidad de Troina ubicada al nor.-este de Sicilia en Italia, como caso de estudio sobre el uso del agua en esa provincia, inicialmente estos autores consideraron que el problema de la valoración del

agua en esa comunidad era simple, sin embargo, a medida que realizaron la investigación se dieron cuenta que no era tan simple como parecía ya que tuvieron que replantear el problema del agua, con el objeto de poder alcanzar negociaciones entre los agentes más afectados. Aplicaron diversos métodos de investigación sociológica, luego realizaron un análisis institucional, cuyos resultados al final fueron integrados a la evaluación multicriterio.

La justificación de la aplicación de ésta metodología al Parque Nacional Sierra Nevada, lo constituye que el PNSN es un gran reservorio de agua.

4. Consideraciones finales

La gestión del medio natural requiere tipos de decisiones diferentes, en las que se incluyan un número elevado de instituciones y actores sociales. Cuando la planificación se reconoció como una función importante, se pensó que una evaluación científica de recursos y necesidades definiera las políticas correctas. Aunque los métodos de valoración permanezcan todavía como elemento necesario del proceso, se reconoce que no son suficientes en sí mismos. Así, "el análisis costo-beneficio", no es la técnica objetiva e introvertida que muchos desean y esperan.

La gestión medioambiental necesita un concepto de ciencia más innovador, uno que tome como modelo los sistemas complejos, antes que estructuras mecánicas simples o complicadas. Para este tipo de ciencia, las herramientas matemáticas apropiadas deben ser transparentes y flexibles admitiendo la variedad, la incertidumbre y la vaguedad. Estas no pueden producir respuestas inequívocas a los reales problemas de

decisión.

La filosofía del desarrollo económico, en los países en desarrollo se debe ubicar bajo una óptica más humana, es decir el verdadero concepto de desarrollo debe convivir en armonía con el espíritu de los derechos humanos fundamentales, entendido éste como el derecho y el deber que tiene cada ser humano a participar y contribuir en su bienestar y crecimiento, de manera tal de reconciliar al hombre consigo mismo, con la sociedad, con la naturaleza, con su entorno y con las futuras generaciones.

Pero independientemente que las motivaciones sean diferentes, parece evidente que el desarrollo sostenible precisa de políticas específicas para su logro en cualquier país del mundo. Por ello, se ha diseñado y aplicado una serie de medidas ambientales más o menos homogéneas en todos los países cuyo objetivo central ha sido crear incentivos al comportamiento humano y superar las deficiencias del mercado y las políticas. Sin pretender ser exhaustivos, estas medidas se han agrupado en dos tipos básicos: incentivos (directos e indirectos) y reglamentación (directa e indirecta); pero ambos tipos persiguen fundamentalmente modificar los comportamientos, el primero de manera menos coercitiva que el segundo.

Para llevar a cabo lo anterior surgen metodologías que permiten medir los impactos ambientales, unas son de valoración económica del ambiente, la cual pasa por la integración armónica del análisis ambiental y el análisis económico. El primero estudia, analiza e identifica el conjunto de funciones del ambiente natural y delimita los estados viables de aprovechamiento y las restricciones que impiden el equilibrio natural. Por otra

parte, el análisis económico introduce y aplica herramientas econométricas como el análisis costo/beneficio, disposición a pagar o a ser compensado, curvas de demanda, excedentes del consumidor, función de utilidad y costos ambientales, entre otras.

El segundo son las metodologías de evaluación de impactos ambientales, conocidas como análisis multicriterial donde se presenta una nueva forma de análisis y acción frente a los problemas ambientales, resalta entonces un cambio de paradigma que afectará a todas las esferas del conocimiento y parte de la premisa que el hombre como ser social se encuentra insertado en una realidad dinámica y compleja donde aprende y enseña, su actuación es determinante en los cambios que en ella se operan, para que mutuamente hombre y sociedad puedan disfrutar de una vida mejor.

Recientemente se está llegando a un consenso generalizado sobre la necesidad de una amplia participación ciudadana para resolver los problemas ambientales. Sin una participación decidida de las comunidades rurales y las poblaciones urbanas en acciones comunes, será difícil iniciar procesos de desarrollo sostenible, que logren el establecimiento de políticas socio-ambientales.

Referencias bibliográficas

Acosta Clara y Fernández Otilia (1997). **Teoría de sistemas, región y problemática ambiental**. Editorial de la Universidad del Zulia (Ediluz). Maracaibo-Venezuela.

Azqueta, Diego (2002). **Introducción a la Economía Ambiental**. Editorial McGraw-Hill. Profesional. España.

BECK, U. (1993) "De la Sociedad Industrial a la Sociedad del Riesgo", Revista de Occidente, p. 19-40., 1993

BEINAT E.; P. N1JKAMP (eds.) (1998) **Multicriteria evaluation in land-use management: methodologies and case studies**; Kluwer, Dordrecht. BELL, D. E.; H, RAIFFA, and A.

Canter, Larry W (1999). **Manual de evaluación de impactos ambientales**. Técnicas para la elaboración de estudios ambientales. Segunda Edición. Editorial Mc-Graw-Hill. Colombia.

Corral Quintana, S; Funtowicz, S; Munda, G. (1999). **Planificación y Gestión Hídrica**. Un ejemplo de evaluación multicriterial participativa. En La Economía Ecológica: Una nueva Mirada a la ecología humana. Ricaldi Arévalo, T. (comp.) CESU, UMSS, Bolivia.

Corral Q. Serafín (2000). **Metodología de Análisis de Impactos. Una Revisión**. Capítulo 3 de su Tesis Doctoral. Material suministrado por el propio autor Universidad de La Laguna.-Tenerife. España.

Field, Barry C (1995). **Economía ambiental**. Editorial McGraw-Hill. Colombia.

Fundambiente (1998) **Principales Problemas Ambientales en Venezuela**. Segunda Edición, Editor Fundambiente. Gráficas Armitano, C.A. Caracas-Venezuela.

Funtowicz, S.O.; M. O'connor, M. Y J.R. Ravetz (1997). **Emergent complexity and ecological economics, in van den Bergh and J. van der Straaten, Economy and ecosystems in change: analytical and historical approaches**; Washington D. O. Island Press / ISEE.

Funtowicz, Marchi, Lo Cascio y Munda (1998). **The Troina Walter valuation. Case study.** Full final report. Material suministrado por el Dr. Serafín Corral, Universidad de La Laguna, Tenerife-España.

García Leyton, Luís A. (2004). **Aplicación del Análisis Multicriterio en la Evaluación de Impactos Ambientales.** Tesis Doctoral del programa de doctorado de Ingeniería Ambiental. Universidad Politécnica de Cataluña. España.

Grimaldo J, Sánchez J, Quintero M y Ramírez D. (2004). **Aplicación Práctica de los Métodos de Valoración Económica del Ambiente.** Manual N° 03 (Sin publicar). Disponible en el Grupo de Investigación sobre Agricultura, Gerencia y Ambiente (GISAGA). Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Los Andes. Mérida-Venezuela.

Grimaldo, Jaime (1975). **Potencial recreativo del Parque Nacional Sierra Nevada y su vinculación al plan integral de turismo de la Región de los Andes.** Trabajo de ascenso (sin publicar). Facultad de Ciencias Forestales. Universidad de los Andes. Mérida-Venezuela.

LINDBLUM, CE. (1991). **El Proceso de Elaboración de Políticas Públicas.** Administración General; Madrid: Ministerio para las Administraciones Públicas.

Mendieta, J. C. (2001). **Manual de valoración económica de bienes no mercadeables.** UNIANDES. Bogotá, Colombia.

MUNDA G. (1993) **“Múltiple criterios de decisión: algunas consideraciones epistemológicas”**, Journal of Multi-Criteria Decision Analysis, Vol. 2, pp. 41-55.

MUNDAG. (1995) **Multicriteria evaluation in a fuzzy environment.** Theory and applications in ecological economics; Heidelberg: Physica-Verlag.

Pearce, D. W, y Turner, R. K. (1995). **Economía de los recursos naturales y del medio ambiente.** Colegio de Economistas de Madrid. Celestes Ediciones. Madrid.

QUADE, E.S. (1989) **Análisis de Formación de Decisiones Políticas;** 2da. Edición. Madrid: Ed. I.D.E. Fiscales.

Villegas M. José (2002). **Desarrollo sostenible, capital social y municipio.** Revista Provincia N° 9, páginas 55-68. Revista venezolana de estudios territoriales. Universidad Católica del Táchira. Venezuela.

Modelo de Regresión Logística Multinomial y Análisis de Correspondencias Múltiple:

Un Estudio de la Siniestrabilidad en el IPP-ULA

Elizabeth Flores Peña

Licenciada en Estadística
Banco Central de Venezuela
elizabethfp@gmail.com; eliflore@bcv.org.ve

Surendra Sinha

M.Sc. y Ph.D. Statistical Genetics
Profesor Jubilado Activo del Instituto de
Estadística Aplicada de FACES de la ULA
sinha@ula.ve; sinha32@yahoo.com

Luís A. Nava Puentes

Licenciado en Estadística
M.Sc. En Estadística Aplicada
Profesor Agregado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.
Universidad de los Andes.
navalu@ula.ve

Recibido 07/07/2006 - Revisado 22/03/2007 - Aceptado 30/03/2007

Resumen

El propósito del trabajo es estudiar la siniestrabilidad del seguro HCM implantado por el Instituto de Previsión del Profesorado de la Universidad de los Andes-IPP, para los años 2002, 2003 y 2004. Posterior al análisis exploratorio se aplicó un Análisis de Correspondencias Múltiple, en el cual se determinó que gran parte de la siniestrabilidad en "Otros Servicios", está relacionada con la póliza Básica y los grupos familiares cuyo titular labora a dedicación exclusiva, especialmente aquellos beneficiarios entre 45 y 64 años de edad, quienes a su vez tramitan el registro por farmacia, laboratorio y órdenes especiales. Por último, se ajustó un modelo de Regresión Logística Multinomial para determinar la probabilidad de ocurrencia de un servicio en función de algunas covariables, resultando el sexo y la edad del titular, factores significativos. El modelo de logits generalizado, requiere la interpretación de los cocientes odds utilizando la matriz de diseño con parametrización de efectos diferenciales. En ocasiones, la magnitud de sus dimensiones representa un serio inconveniente en dicha interpretación, no obstante, se ha aplicado una nueva metodología que prescinde de esta matriz, basada en las denominadas "*Posibilidades Generalizadas*", calculadas a partir de las probabilidades estimadas de la variable respuesta¹. Entre otros puntos relevantes, el servicio por hospitalización o cirugía en relación al de gastos médicos u otros, es 22% más probable en aquellos casos cuyo titular tiene una edad comprendida entre los 45 y 65 años, comparado con los que se encuentran entre 65 y 84 años.

Palabras clave:

Análisis de Correspondencias Múltiple, Efectos Diferenciales, IPP, Logit Generalizado, Posibilidades, Regresión Logística Multinomial, Seguro HCM.

Abstract

The purpose for the work is to study the sinistrability for the insurance plan HCM implemented by the Instituto de Previsión del Profesorado de la Universidad de los Andes-IPP, from the years 2002, 2003 and 2004. Following to the exploratory analysis a Multiple Analysis of Correspondences has been applied, in which there is demonstrated that a great part of the sinistrability for concept of "Other Services" in relationship to the Basic policy and the familiar groups which holder works to exclusive dedication, specially for those beneficiaries under 45 and 64 years of age, who in turn proceed with the record for drugstore, laboratory and special orders. Finally, a Model of Multinomial Regression Logistic was adjusted to determine the probability of occurrence for a determined service in relationship to certain variables, turning out to be the sex and the age of the holder, significant factors. The Model of Generalized Logits, requires the interpretation of the odds ratios using the matrix of design with parametrization of differential effects. In occasions, the magnitude of its dimensions represents a serious inconvenient in the above mentioned interpretation, nevertheless, there has applied to itself an unpublished methodology, that does without this matrix, based on the called "*Generalized Possibilities*", calculated from the probabilities estimated of the response¹. Among other relevant points, the service for hospitalization or surgery in relation to that of medical expenses or others, is 22% more probable in those cases which holder has an age included between 45 and 65 years, compared with those who meet between 65 and 84 years.

Keywords:

Multiple Analysis of Correspondences, Differential Effects, IPP, Generalized Logit, Possibilities, Logistic Regression Multinomial, Insurance Policy HCM.

1 [Técnica inédita aplicada en el trabajo sin publicación oficial (Sinha S., 2005)]

1. Introducción

El IPP ha implantado el programa HCM, cuya finalidad es cubrir los gastos de los asegurados inscritos en él, por concepto de hospitalización, cirugía y maternidad, siempre y cuando tales gastos se originen como consecuencia directa de enfermedad o accidentes ocurridos durante la vigencia de la póliza y de acuerdo con los límites y condiciones establecidas. No obstante, el costo por indemnización de la siniestrabilidad se incrementa sustancialmente en el tiempo, generando un delicado estado financiero que atenta contra los convenios y los programas de salud implementados, pues las propuestas y acciones a corto plazo no han sido suficientes para afrontar el déficit de los últimos años. Esta situación ha propiciado que se emprenda una investigación formal, orientada a determinar elementos que podrían influir sobre la ocurrencia de los siniestros, e incluso para realizar ajustes acerca de la normativa a partir de políticas consistentes.

Con el propósito de establecer un criterio que permita al Instituto cumplir con sus compromisos ante el gremio profesoral sin afectar la calidad de los servicios, se ha propuesto realizar un estudio estadístico exploratorio así como también, construir un modelo de regresión logística y un análisis de correspondencias, ambos dentro del contexto multivariado. Dado que no existen antecedentes, la utilidad del trabajo se reflejará en la toma de decisiones a corto y mediano plazo, constituyendo una visión inicial del comportamiento de la siniestrabilidad del seguro HCM y el punto de partida en la realización de estudios a posteriori, en búsqueda de un modelo basado en la teoría actuarial que cuantifique el riesgo y permita ajustar en general, las primas a cancelar.

2. Diseño y Metodología Estadística de la Investigación

La investigación incluye todos los titulares del seguro HCM y su grupo familiar inscrito, afiliados a las diferentes pólizas y vinculados a toda categoría, dedicación o condición, sujetos a la evaluación de la cartera desde enero del 2002 hasta diciembre del 2004, sin contemplar el ajuste de las primas del año 2005.

Inicialmente se elaboró un sistema de información para facilitar la organización y el manejo de la data, diseñado según los fundamentos del modelo relacional bajo la aplicación Microsoft Access® v_2002. Algunas herramientas tales como gráficos y tablas dinámicas, enriquecen los resultados del análisis exploratorio de la información.

El siguiente paso consiste en aplicar el análisis de correspondencias múltiple (ACM), cuyo objetivo es estudiar la asociación entre las variables de tipo cualitativo a fin de precisar la relación entre las distintas variables, orientándonos posteriormente en la formulación del modelo logístico. Ahora bien, se desea conocer cuáles son los factores que influyen en la solicitud de un servicio y la probabilidad asociada a este evento. Ciertamente, si consideramos como variable respuesta el "Tipo de Servicio", la técnica de regresión logística multinomial resulta apropiada, pues la variable es de naturaleza policotómica y no continúa como sucede en el caso de regresión lineal. Además, se puede agregar al respecto, que no es necesario cumplir con los supuestos de normalidad conjunta multivariada de las variables explicativas como sucede en el caso del análisis discriminante.

3. Principales Variables Bajo Estudio

a) **Sexo:** F=femenino; M=masculino.

- b) **Tipo de Personal:** Señala si el titular es empleado, profesor o viudo.
- c) **Fecha de Nacimiento:** Variable que permite conocer la edad.
- d) **Grupo Etéreo:** Se consideran 5 grupos de edades: Menor a 25 años, Entre 25 y 44 años, Entre 45 y 64 años, Entre 64 y 84 años, 84 años y más.
- e) **Dedicación del Titular:** Exclusiva, Tiempo Completo, Medio y Convencional.
- f) **Tipo de Póliza:** HCM-Básico (Empleados, Profesores); PCA (Empleados; PCA tipos A, B, C, D, E, F, G y H); Complementario.
- g) **Tipo de Servicio:** Naturaleza médica del siniestro; Hospitalización, Cirugía, Maternidad, Gastos médicos, Otros.
- h) **Tipo de Registro:** Mecanismo a través del cual el beneficiario solicita el desembolso del servicio: Órdenes Especiales (OE), Reembolsos (R), Cartas Avalués (CC), Laboratorio (L), Farmacia (FA), Préstamos HCM (PH)
- i) **Monto clínico:** Monto a cancelar por el beneficiario en la unidad médica donde se atendió el siniestro.
- j) **Monto aceptado:** Monto final que será reconocido al beneficiario por el seguro HCM, según el tipo de póliza a la cual se encuentra inscrito.
- k) **Usuario del HCM:** Si ha incurrido o no en algún tipo de servicio.
- l) **Ingresos:** Tipo de Póliza, Año, Mes del Ingreso, Descripción, Aporte ULA, Aporte CIDIAT, Acuerdo Federativo 1,5%, Aporte Profesorial, Préstamos IPP, Deducible.
- m) **Egresos:** Tipo de Póliza, Mes del Egreso, Siniestro, Reembolso,

Préstamo Profesor, Impuesto Sobre la Renta, Medicina, Fallecimiento.

4. Resultados

4.1. Análisis Exploratorio Previo

4.1.1. De los beneficiarios inscritos en el HCM: A finales del año 2004, 16143 personas se encontraban afiliadas al programa HCM, de las cuales 52,21% pertenecen al sexo femenino y 47,79% al masculino. Cerca del 55,4% no han incurrido en siniestro. Se totalizan 3739 grupos familiares, con un número promedio de 4 integrantes por núcleo. El promedio de edad se sitúa alrededor de los 41 años, siendo 24 la edad más común, tal como se muestra en la Figura 1. La composición porcentual de los asegurados según el grupo etéreo se puede apreciar en la Figura 2. El 75% de los hijos no sobrepasa los 28 años de edad, aunque existen ciertos casos hasta de 77 años inclusive. Existían 3926 titulares de las pólizas, de los cuales, el 75% laboraba en la Universidad a dedicación exclusiva, presentando una edad promedio de 52 años y aproximadamente 95% conformado por profesores, frente a empleados y viudos. Los afiliados con dedicación de medio tiempo sólo representan cerca del 2%, lo cual no significa poco interés por los beneficios del programa de salud, si consideramos que la proporción total del personal de medio tiempo en la Universidad es menor comparada con las demás categorías.

4.1.2. De las Pólizas del Seguro HCM: La póliza básica abarca el 74,24% de los asegurados en el HCM, seguida por la cobertura ampliada con 19,85% y por último el complementario tan sólo con 5,91% del total. Los afiliados al plan Básico presentan una edad promedio de 38 años aproximadamente, y se encuentra constituido principalmente por beneficiarios

de los tres primeros grupos, entre los que destacan aquellos menores a los 25 años con un 31% aproximadamente. En cuanto a los afiliados a la PCA, la edad promedio se sitúa alrededor de los 52 años de edad, oscilando la mayoría entre los 45 y 84 años con un estimado del 59%. Finalmente, en el caso del plan Complementario la edad media fue de 39 años de edad, y se tiene 42% de prevelecia en los inscritos con edades comprendidas entre los 25 y 44 años (Ver Tabla 1 y Figura 3).

4.1.3. Sobre la Siniestrabilidad en el seguro HCM: Para la fecha en cuestión, 44,65% de los inscritos han incurrido en siniestro desde la implementación del sistema, para un número estimado de cinco servicios promedio por beneficiario durante el período en estudio. De los 3979 grupos familiares, el 79,28% ha incurrido al menos una vez en siniestro, obteniéndose un promedio de 12 siniestros por grupo. Aún cuando ni siquiera la mitad de los beneficiarios ha utilizado el seguro, muchos de los núcleos familiares pueden estar compuestos por incluso una persona, que a su vez, genera gran cantidad de siniestros. La cantidad de siniestros aumentó a una tasa anual promedio de 34,67%. Respecto al tipo de servicio, destaca la demanda por concepto de "Otros Servicios" especialmente durante los años 2002 y 2003, predominando el 40,79% en la incidencia del grupo entre los 45 y 64 años, seguido por un 32,54% correspondiente a los asegurados entre 65 y 84 años de edad. Esto significa, que un alto porcentaje de siniestrabilidad del HCM es causado por las personas entre 45 y 84 años de edad, particularmente en la utilización de "otros servicios". Por el contrario, a partir de los 84 años se registran pocos casos de asistencia médica (5,5%), predominado los casos por hospitalización. Al prescindir de "otros servicios", los gastos médicos presentan

la mayor cantidad de casos, mientras que la maternidad escasamente alcanza el 1%, fenómeno que se mantuvo constante en el tiempo (Consulte la Figura 4).

En cuanto a los tipos de registro, las órdenes especiales y las cartas avales son las más utilizadas con 48,62% y 20,18% respectivamente. En lo referente a los préstamos HCM y la farmacia, la recurrencia es menor, pues su implementación tuvo lugar a mediados del año 2004, cuando fueron separados de las órdenes especiales. A pesar de ello, en este último año, sorprendentemente la farmacia se posiciona en segundo lugar en la demanda, lo que revela que existe una fuerte proporción de solicitudes por este concepto, motivo suficiente para revisar detalladamente el reglamento correspondiente (Ver Figura 5).

Desde otro punto de vista, el 79,13% de la siniestrabilidad estuvo representada por la póliza Básica que cubre a profesores y empleados de la Universidad, en tanto que la incidencia en el Complementario sólo alcanzó el 2,50%. La incidencia de la PCA fue de 18,37%, destacando las coberturas de 15 y 30 millones de bolívares (PCA Tipos A, B, C y D), para los hijos menores y mayores a los 26 años. Los tipos E, F, G y H no presentan casos en algunos años, puesto que los planes de 40 y 50 millones fueron creados recientemente, incluso la clasificación por empleados tuvo lugar en septiembre del 2003. Adicionalmente, se observó una tasa de siniestrabilidad creciente de la póliza básica y la de cobertura ampliada, tal como se aprecia en la Figura 6. La Tabla 2 señala que la mayor incidencia sobre la póliza Básica y la PCA, fue ocasionada por las personas entre 45 y 84 años (grupos etáreos 3 y 4), abarcando alrededor del 75% y 72% respectivamente. En el caso del plan Complementario, destaca

una preponderancia del 58,5% en los siniestros para el grupo de edades entre 25 y 44 años.

4.1.4. Desembolso del seguro HCM y plan general de contabilidad: En general, el monto a reconocer por el seguro será inferior al cotizado por las instituciones médicas-hospitalarias a las que asisten los asegurados. La cantidad en cuestión, se ha incrementado notablemente en los últimos años, y paralelo a ello, las dificultades de la entidad para indemnizar los mismos. En la Figura 7, se puede observar un fenómeno particular en julio, octubre y noviembre, meses en los que la liquidación de los siniestros, experimenta un brusco aumento comparados con el resto del año, especialmente para los años 2002 y 2003, puesto que parte de la liquidación del 2004 aún estaba bajo revisión al momento de la captura de la data. El comportamiento de la póliza Básica es similar al descrito en el desembolso total, lo que revela la influencia que ejerce este plan sobre el importe de los servicios. Los egresos consideran los desembolsos (clasificándolos en siniestros, reembolsos y medicinas), pero también otros compromisos importantes como impuestos sobre la renta y gastos de fallecimiento. La Figura 8, presenta las operaciones del plan de contabilidad del HCM, enfatizando como resultado del ejercicio un déficit importante en la institución durante los últimos años. La revisión de las cuentas se realiza posterior a la fecha de ejecución de las operaciones. El déficit más significativo en las operaciones de la póliza básica tuvo lugar en los años 2001 y 2002 y el mayor auge de endeudamiento de la PCA se observa en los años 2002 y 2003.

4.2. ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIAS MÚLTIPLE (ACM)

Las variables consideradas son: Sexo, Grupo Etéreo, Dedicación, Tipo de

Póliza, Tipo de Servicio, Tipo de Personal y Registro, cada una de ellas define modalidades p_j , con $j=1, \dots, 7$. Se desea conocer características asociadas a las modalidades de los registros del seguro HCM, razón por la cual se ha utilizado como variable suplementaria y a las demás como variables activas. Se trabajó con la tabla B o de Burt empleando el PROC CORRESP del SAS® v_9.0. El análisis se desarrolla sobre los planos factoriales definidos por las tres primeras dimensiones. La primera dimensión representa cerca del 10% de la variación y con las dos subsiguientes se reúne el 25,36% de la inercia total.

(Tabla 3).

La mayor variabilidad en orden decreciente se presenta en la dedicación de medio tiempo, la maternidad, los viudos y el plan complementario, puesto que exhiben los valores más altos de la inercia, en consecuencia, son los más influyentes pues presentan menor número de siniestros. La contribución absoluta de las diversas categorías en la formación de las tres dimensiones, indica que el plan complementario y la cobertura adicional (PCA), conjuntamente con hospitalización, cirugía y otros servicios, son las modalidades que más intervienen en la formación del primer eje factorial. Análogamente, la formación del segundo eje depende en gran parte del segundo conjunto etéreo (entre 25 y 44 años), de la póliza complementaria, la maternidad y los empleados. Las modalidades que más influyen en la formación del tercer eje son los menores a 25 años, los servicios de maternidad y los empleados. La Figura 9, indica que los siniestros en los servicios por maternidad y gastos médicos, al igual que aquellos correspondientes a empleados, viudos y del plan complementario, se encuentran alejados del origen, señalando que son modalidades con participación baja. Podemos apreciar relación entre siniestros de individuos entre 45 y 64 años

con titulares a dedicación exclusiva y la póliza básica, farmacia, otros servicios y los registros por órdenes especiales y laboratorio.

También destaca la asociación entre el reembolso y los siniestros de personas menores a 25 años, así como aquellas entre 65 y 84 años, y titulares de grupos familiares que son profesores. Las cartas avals y los préstamos HCM en cambio, se encuentran relacionados con el grupo que supera los 84 años de edad y la póliza de cobertura ampliada PCA, con una proximidad a los servicios por hospitalización.

4.3. MODELO DE REGRESIÓN LOGÍSTICA MULTINOMIAL

La bondad del ajuste global no favoreció un modelo que permitiera incorporar todas las variables incluidas en la etapa exploratoria. Se optó por considerar el Tipo de Servicio como variable respuesta, con tres categorías posibles: Hospitalización y Cirugía (HC), Gastos Médicos y Otros (OG), y Maternidad (M). La reagrupación de las modalidades obedece a la similitud en la naturaleza de los siniestros, lo cual evita problemas de correlación. Las covariables son el sexo y el grupo etéreo del titular², cada una con modalidades según su definición, generando un total de 8 subpoblaciones. Dado que la escala de las variables es nominal, se ha ajustado un modelo de logits generalizado, utilizando el PROC CATMOD del SAS® v_9.0. Sólo una iteración fue necesaria para estimar los parámetros del modelo utilizando el método de máxima verosimilitud. El análisis de varianza para el modelo de efectos principales preliminar se muestra en la Tabla 4. Acerca de la bondad de ajuste y la adecuación del modelo, vemos en principio que para el test del cociente

de verosimilitud, el estadístico $Q_L=3,17$ con 6 grados de libertad arroja un valor $p=0,7876$, lo cual indica que en efecto el modelo es apropiado. De esta manera, se rechaza la hipótesis nula del contraste:

$$H_0: \underline{\beta}=0 \quad \text{Vs} \quad H_1: \underline{\beta} \neq 0 \quad \underline{\beta}=\{\beta_0; \beta_1; \beta_2\}$$

Ello indica que al menos una de las covariables influye sobre la probabilidad de ocurrencia de un tipo de servicio.

Los contrastes individuales están basados en las siguientes hipótesis:

$$H_0: \underline{\beta}_s=0 \quad \text{vs.} \quad H_1: \underline{\beta}_s \neq 0 \quad \text{con } s=0, 1, 2 \quad \text{donde } \underline{\beta} =\{\beta_0; \beta_1; \beta_2\}$$

Para cada covariable, el test basado en el χ^2 de Wald (Q_W), indica que todos los coeficientes son significativos, con un 95% de confiabilidad. Sobre la inclusión de interacciones en el modelo de efectos principales, el coeficiente para la interacción doble resultó no significativo con un $Q_L=3,14$ asociado a un valor $p=0,7916$ y un nivel de significación del 5%, correspondiente al test del cociente de verosimilitud con 0 grados de libertad (modelo saturado para dos variables).

Los dos logits generalizados se construyeron a partir de la probabilidad de que acontezca un servicio por hospitalización o cirugía con respecto a uno por gastos médicos u otros, y de la probabilidad de que sea por maternidad en relación a gastos médicos u otros.

$$P [Y = 1 / X_h] =$$

$$\check{\delta}_{h1}(x_h) = \frac{e^{\hat{a}_1 + X_h^t \hat{a}_1}}{1 + e^{\hat{a}_1 + X_h^t \hat{a}_1} + e^{\hat{a}_1 + X_h^t \hat{a}_2}}$$

$$P[Y=2/X_h] =$$

$$\check{\delta}_{h2}(x_h) = \frac{e^{\hat{a}_2 + X_h^t \hat{a}_2}}{1 + e^{\hat{a}_1 + X_h^t \hat{a}_1} + e^{\hat{a}_2 + X_h^t \hat{a}_2}}$$

² Dado que se trata del grupo etéreo del titular, la variable ha sido decodificada para aquellos menores a los 44 años (1y2=A), entre 45 y 64 (3=B), entre 65 y 84 (4=C), y quienes superan los 84 años de edad (5=D).

$$P[Y=3/X_h] = 1 - P[Y=1/X_h] - P[Y=2/X_h]$$

Las cantidades α_j y β_j son los parámetros de intercepto y de regresión respectivamente por cada logit, con $j=1,2$.

Con $\hat{a}_1 = \{\hat{a}_1\}$ y $\hat{a}_2 = \{\hat{a}_2, \hat{a}_3\}$. $\{X_{hij}\}$ es el conjunto de covariables para el h-ésimo sexo, el i-ésimo grupo etéreo del titular y el j-ésimo logit. En definitiva, las funciones logit son:

$$\text{logit}_{h1} = \log \frac{\delta_{h1}}{\delta_{h3}} = \hat{a}_1 + X_{h1}^t \hat{a}_{-1} \quad j=1$$

$$\text{logit}_{h2} = \log \frac{\delta_{h2}}{\delta_{h3}} = \hat{a}_2 + X_{h2}^t \hat{a}_{-2} \quad j=2$$

Donde δ_{h1} es la Pr{Hospitalización o Cirugía}, δ_{h2} la Pr{Maternidad}, y δ_{h3} la Pr{Gastos Médicos u Otros} para el hij-ésimo grupo:

$h=1,2$ para el sexo

$i=1, \dots, 4$ para el grupo etéreo del titular

$j=1,2$ que identifica a la función logit

Acercados los parámetros estimados y los contrastes individuales, se observó que los coeficientes para el grupo etéreo A (titulares que no superan los 45 años) no son significativos con 95% de confianza. El grupo C (titulares entre 45 y 64 años) resulta no significativo en el primer logit, sin embargo, presenta el mayor efecto de los grupos etéreos, específicamente en el segundo logit que compara la maternidad con respecto a los gastos médicos u otros, aun cuando en este caso su coeficiente es marginalmente significativo. La parametrización de efectos diferenciales, sigue el esquema matricial mostrado en la Figura 10, donde las dos primeras columnas corresponden a los interceptos de ambos logits generalizados, y β_q^* es el

efecto diferencial para la q-ésima covariable por ambos logits, $q=1, \dots, 8$. El primer bloque de filas odds se identifican con los parámetros para el primer logit₁, y las restantes con el segundo. Análogamente, para las columnas. La celda de referencia se identifica con el valor (-1) de acuerdo a la codificación de la desviación media. Así por ejemplo, para el efecto del sexo, la función 1 corresponde al parámetro para aquellas personas del género femenino del logit_{h1}, mientras que la función 2 es el parámetro relativo a este mismo grupo pero del segundo logit, logit_{h2}. De igual manera para el resto de las variables.

Los cocientes odds del modelo predicho relativos a cada función logit para cada subpoblación, depende del logit que se esté considerando a partir de la matriz de diseño, exponenciando los coeficientes según la estructura por filas. En particular, la matriz de diseño de nuestro estudio tiene 8 columnas y dos más para los parámetros de intercepto de los logits, para un total de 10 columnas, mientras que el número de filas es igual a 16. De modo que incrementar la cantidad de variables, aumenta la complejidad de construir esta matriz, pues los valores dependen de las subpoblaciones a las cuales se haga referencia en el indexado de los logits.

El software presenta esta matriz para el primer logit cuando la estimación de parámetros se realiza por el método de mínimos cuadrados ponderados pero no en el caso de máxima verosimilitud (Tabla 5). No obstante, ha sido posible diseñar una nueva metodología para obtener los cocientes odds y que prescinde de la matriz de diseño, a partir de los valores estimados de probabilidad derivados del método de máxima verosimilitud, propuesta por el Dr. Sinha (2005): La opción PROB de la declaración MODEL

en el procedimiento CATMOD, presenta tales valores predichos conjuntamente con los observados y los residuos de la estimación. Ahora bien, cada uno de los valores predichos corresponde a la probabilidad de ocurrencia de los niveles de respuesta en función a las distintas categorías de las covariables. Si pensamos en calcular un cociente de cada una de esas probabilidades con respecto a las de un nivel de referencia de la respuesta por cada logit, obtendremos entonces una razón que ha sido denominada "Posibilidad Generalizada":

$$E_{hij} = \frac{P^{\hat{b}}(\text{respuesta})}{P^{\hat{b}}(\text{respuesta} = g)} = \frac{\hat{\delta}_{hij}}{\hat{\delta}_{hig}}$$

con g la modalidad de referencia en la respuesta;
h=1,2 ; i=1,...,4 ; j=1,2 ; g=3

Cada una de las *Posibilidades Generalizadas* corresponde a la probabilidad de ocurrencia de los niveles de respuesta en relación a una categoría de referencia, para las posibles combinaciones de las covariables. Si deseamos comparar entre dos covariables, mantenemos constante el resto de las categorías de las demás covariables, y nuevamente calculamos cocientes pero entre las posibilidades generalizadas, obteniendo de esta manera las razones odds estimadas ($\hat{\theta}_{hij}$). Considerando los Gastos Médicos u Otros (GO) como nivel base de respuesta, se obtuvieron las *Posibilidades Generalizadas* para comparar con respecto a la primera categoría de respuesta (HC). Así por ejemplo, vemos que la probabilidad asociada a gastos médicos u otros, es más alta comparada con el resto de las modalidades del servicio; para ambos sexos, aquellos siniestros procedentes de titulares mayores a los 84 años de edad ostentan las cifras más elevadas, siendo

igual a 0,8443 en las mujeres y de 0,8138 en los hombres. Análogamente, para ambos géneros, la probabilidad de que ocurra un siniestro por hospitalización o cirugía predomina en los núcleos familiares cuyo titular se encuentra entre los 45 y 64 años de edad; los hombres con 0,2393 y en el caso de las mujeres siendo igual a 0,1917.

En este caso, se estima una

$$E_{121} = \frac{\hat{\delta}_{121}^E}{\hat{\delta}_{123}^E} = \frac{0,1917}{0,7952} = 0,241 \quad \text{para el sexo femenino, mientras que para el masculino}$$

$$E_{221} = \frac{\hat{\delta}_{221}^E}{\hat{\delta}_{223}^E} = \frac{0,2393}{0,7582} = 0,316$$

Entonces, a partir de las PG_{hi1} supóngase que se desea conocer la posibilidad de ocurrencia del servicio por hospitalización o cirugía en relación al de gastos médicos u otros, comparando particularmente los grupos etáreos B y C se tiene entonces:

$$\hat{\theta}_{1j1} = P_{121}/P_{131} = 0,241/0,198 = 1,2204 \quad \text{para el sexo femenino (j=1) y,}$$

$$\hat{\theta}_{2j1} = P_{221}/P_{231} = 0,316/0,259 = 1,2206 \quad \text{para el sexo masculino (j=2).}$$

Ello indica que un servicio por hospitalización o cirugía en relación al de gastos médicos u otros, es 22% más probable en los casos donde el titular tiene una edad comprendida entre los 45 y 64 años, comparado con los que se encuentran entre 65 y 84 años. Esta posibilidad se incrementa en alrededor del 39% cuando se compara a este segundo grupo con el conjunto de titulares que supera los 84 años de edad. La Tabla 6, muestra las razones de desigualdad para el contraste entre los diferentes grupos etáreos del titular para ambas modalidades del sexo, referidas al primer nivel de la respuesta (HC).

5. Conclusiones

Desde la perspectiva del desembolso anual, se observa un fenómeno particular en julio, octubre y noviembre, meses en los cuales, la liquidación de los siniestros, experimenta un brusco aumento en comparación con el resto del año, especialmente durante los años 2002 y 2003, con una marcada influencia del plan Básico sobre el importe de los servicios. Más del 70% de la incidencia sobre la póliza básica y la de Cobertura Adicional (PCA), recae en el grupo entre 45 y 84 años, mientras que en el caso del plan Complementario destaca una preponderancia del 59% en los siniestros del segundo grupo etéreo, con edades entre 25 y 44 años. Respecto a la PCA, destaca la incidencia de los planes con cobertura de 15 y 30 millones, abarcando cerca del 17% de la siniestrabilidad durante los últimos tres años. Si bien a principios del 2005, fue incorporado un aporte de la Universidad por insuficiencia de salud en la póliza Básica y otro aporte por acuerdo federativo por el HCM docente para la cobertura adicional, el plan de contabilidad enfatiza como resultado del ejercicio un déficit importante en la institución durante los últimos años; el mayor auge de endeudamiento en las operaciones de la póliza básica tuvo lugar en los años 2001 y 2002, y el déficit más significativo de la PCA se observa en los años 2002 y 2003.

Los trámites más utilizados son las órdenes especiales y las cartas avales, con 48,62% y 20,18% respectivamente. A mediados del 2004 se realizó una clasificación de las órdenes especiales, sin embargo, sorprende el alto porcentaje de solicitudes por concepto de farmacia (19,8%).

A partir del ACM, se determinó

que los siniestros de individuos entre 45 y 64 años guardan algún tipo de relación con los registros por órdenes especiales, titulares de pólizas que trabajan a dedicación exclusiva, el plan Básico, así como también la farmacia, laboratorio y otros servicios. También queda evidenciada la asociación entre los siniestros de personas menores a 25 años, y del grupo entre 65 y 84 años, con los registros por reembolso, los servicios por gastos médicos y profesores titulares. Las cartas avales y los préstamos HCM en cambio, se encuentran relacionados con el grupo que supera los 84 años de edad y la PCA, con intermediación a los servicios por hospitalización.

Entre los aspectos más importantes, la investigación ha descartado la hipótesis según la cual, la mayor cantidad de siniestros serían atribuibles a la población más longeva (>84 años), de manera que las acciones deben estar dirigidas en primer término, al estudio particular de beneficiarios entre 45 y 84 años de edad, en particular su recurrencia por "Otros Servicios". Sólo el 5,5% de los servicios médicos están referidos a personas mayores a 84 años, predominando los casos por hospitalización.

Al respecto, si dirigimos nuestro enfoque a los titulares de las pólizas, el modelo de regresión logística multinomial demuestra que un siniestro por Hospitalización o Cirugía en relación al de Gastos Médicos u Otros, es 22% más probable en los casos donde el titular del grupo familiar tiene una edad comprendida entre los 45 y 64 años, comparado con los que se encuentran entre 65 y 84 años. Asimismo, se tiene que un servicio por Hospitalización o Cirugía en relación al de Gastos Médicos u Otros, es 39% más probable cuando el titular tiene entre 65 y 84 años, comparando con aquellos que

superan los 84.

Lo expuesto previamente, se fundamenta en las “*Posibilidades Generalizadas*”, que son el resultado de simples cocientes entre las probabilidades estimadas de la variable respuesta (Tipo de Servicio), sin tener que recurrir a la matriz de diseño con parametrización de efectos diferenciales que correspondería a un modelo de logits generalizado como en nuestro caso, constituyendo un valioso aporte para el desarrollo de este tipo de modelos en el contexto multivariado.

6. Recomendaciones

Estudiar nuevas alternativas en el Programa HCM para los beneficiarios del plan Básico y los titulares que laboran a dedicación exclusiva, especialmente para los afiliados entre 45 y 64 años, de acuerdo a los diferentes planes.

Considerar la redefinición del grupo familiar del plan Básico, fijando como criterio un límite de edad en los hijos inferior a los 25 años.

Establecer criterios que comprueben la veracidad en la recurrencia de los servicios por farmacia, laboratorio y otros, así como el servicio por hospitalización en la normativa de la PCA.

Organizar un grupo multidisciplinario que realice estudios oportunos garantizando la universalidad e integridad de la información.

Construir un “Modelo de Seguros por Reembolsos Cancelados”, sustentado en la teoría actuarial y la investigación estadística desarrollada en el presente estudio.

Considerar algunas medidas auxiliares, tales como la elaboración de un baremo oficial de centros médicos-asistenciales y farmacias, instalación de clínicas de salud con diversas especialidades médicas dentro del Instituto, creación de un sitio Web.

Referencias bibliográficas

Chartered Insurance Institute (1977). **Elementos del Seguro** (2^{da} ed.). Madrid: Editorial MAPFRE, S.A.

Díaz, G. (2000). **Análisis Estadístico de Datos Categóricos Aplicado a la Investigación Biomédica**. Bogotá: Departamento de Estadística, Universidad Nacional de Colombia.

Díaz, G. (2002). **Estadística Multivariada: Inferencia y Métodos**. (1^{era} ed.). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Dobson, A. (1990). **An Introduction to Generalized Linear Models** (1^{era} ed.). New South Wales: Chapman and Hall.

Gutiérrez, M. y Torres, C. (agosto, 2001). **Guía a la Quinta Edición del Publication Manual of the American Psychological Association 2001**. Pasado 3 de noviembre, 2005, de la Universidad de Puerto Rico, Facultad de Educación, disponible en: <http://biblioteca.uprrp.edu/>

Hosmer, D. and Lemeshow, S. (2000). **Applied Logistic Regression** (2^{da} ed.). United States: John Wiley & Sons, Inc.

Instituto de Previsión al Profesorado Universidad de los Andes (julio, 2002). **Normas del Programa de Hospitalización, Cirugía y Maternidad**. (3^{era} Ed.). Mérida: APULA-IPP.

Mark, G. (1976). **Riesgo y Seguro** (2^{da} ed.). Madrid: Editorial MAPFRE, S.A.

Navarro, L. (1983). **Aspectos Teóricos y Una Aplicación Práctica del Análisis Factorial de Correspondencias**. Estadística Española: N° 99, España, pp. 33-59.

Peña, D. (2002). **Análisis de Datos Multivariantes** (1^{era} ed.). Madrid: Editorial McGraw-Hill.

Rodríguez, G. (2004). **Taller de Definición de Políticas de Salud del Profesorado de la Universidad de los Andes**. Mérida, Asociación de Profesores de la Universidad de los Andes-APULA.

Salcedo, C. (2002). **Estimación de la Ocurrencia de Incidencias en Declaración de Pólizas de Importación**. Recuperado en Agosto del 2005, de <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis>

Salvador, M. (2003). **Modelos de Regresión con Respuesta Cualitativa: Regresión Logística**. [Lección en línea], 5campus.com, Estadística < <http://www.5campus.com/leccion/logis> > [mayo del 2005]

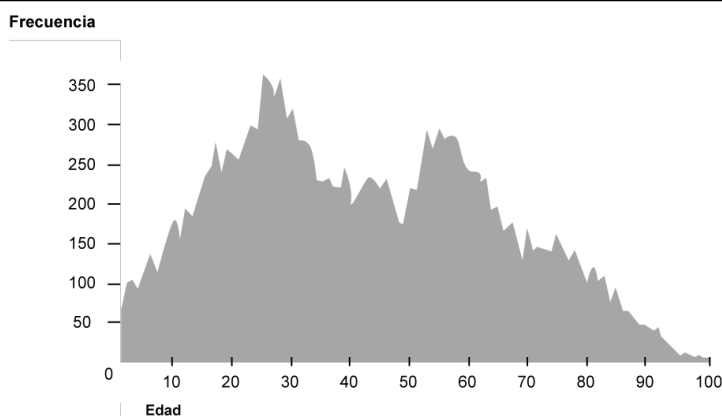
SAS Institute Inc. (2004). **SAS/STAT®9.1 User's Guide**. United States, Cary, NC: SAS Institute Inc.

Stokes, M. Davis C. and Koch, G. (2000). **Categorical Data Analysis Using the SAS System**. United States, Cary NC: SAS Institute, Inc.

Zambrano, A. (2003). **El Sistema SAS**. Mérida, Escuela de Estadística, Universidad de los Andes, pp .

Figura 1

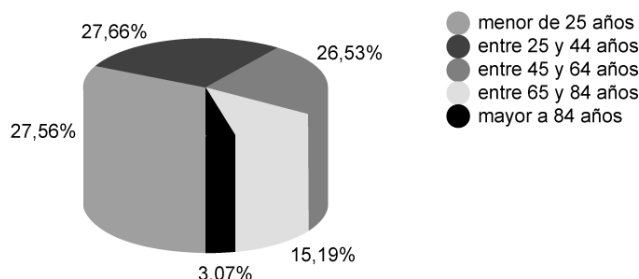
Distribución de la edad de los beneficiarios inscritos en el HCM



Fuente: Dirección de Informática del IPP

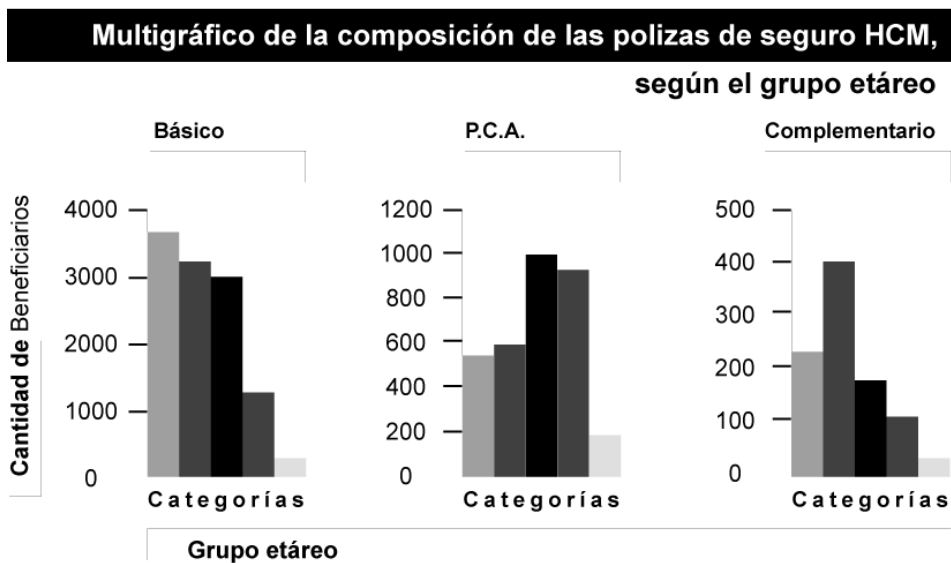
Figura 2

Porcentaje de beneficiarios del HCM según el grupo etáreo



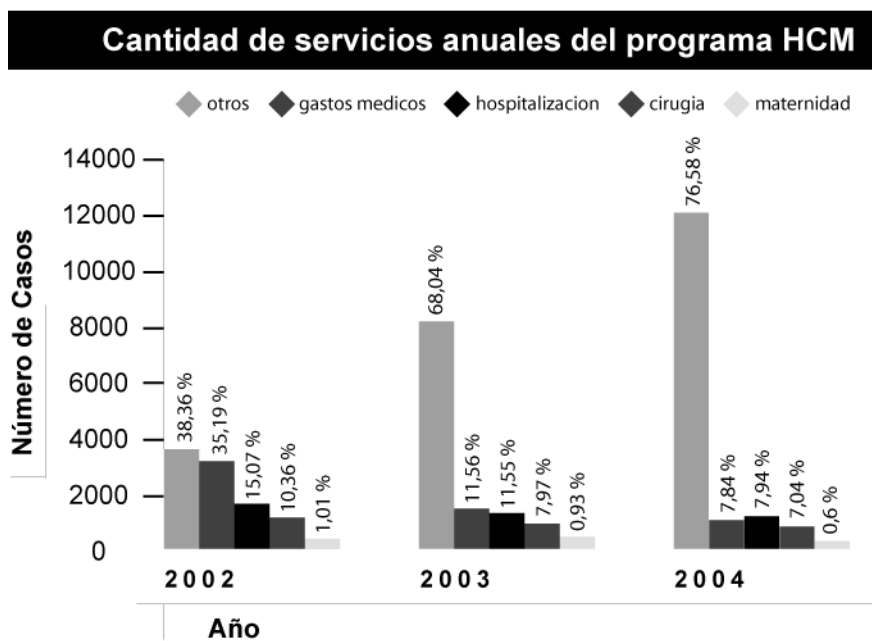
Fuente: Dirección de Informática del IPP

Figura 3



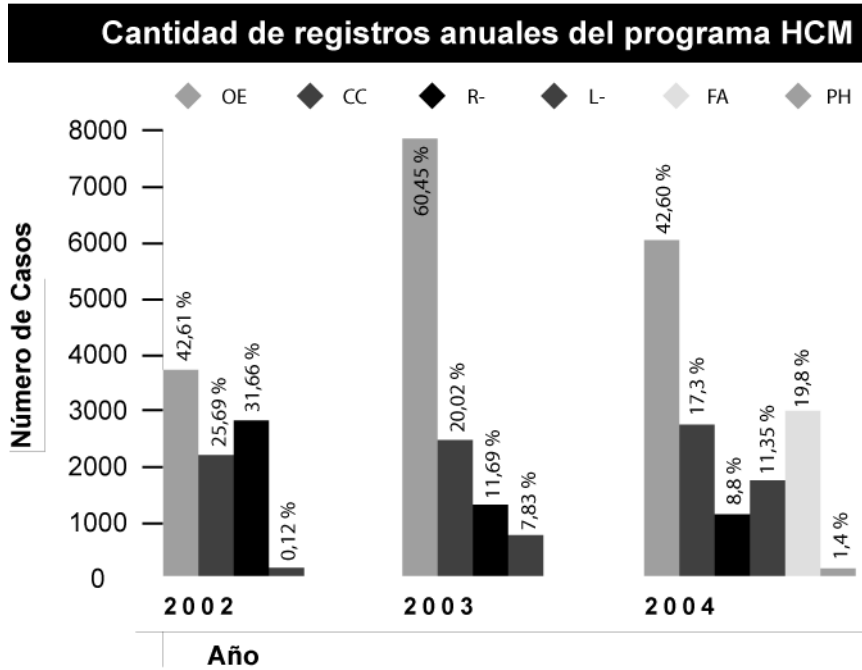
Fuente: Dirección de Informática del IPP

Figura 4



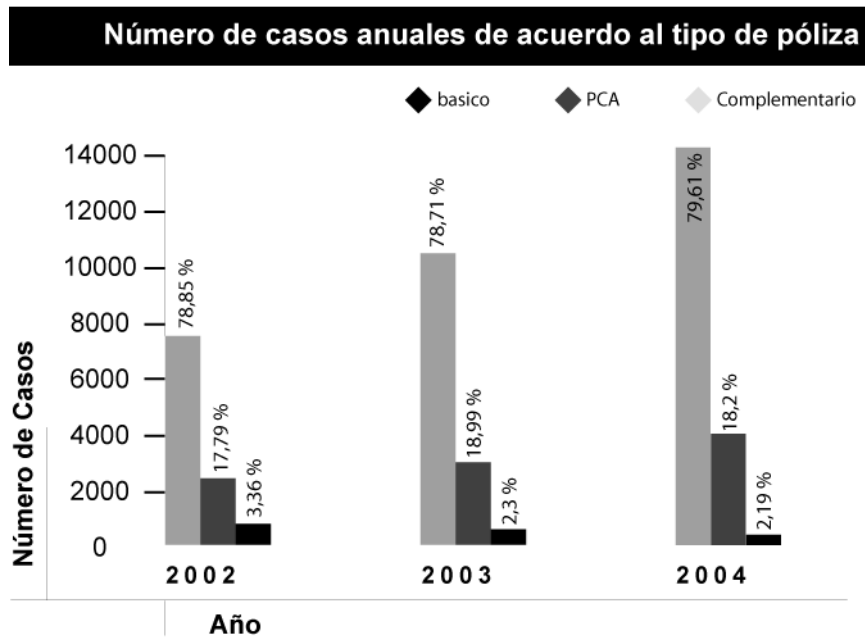
Fuente: Dirección de Informática del IPP

Figura 5



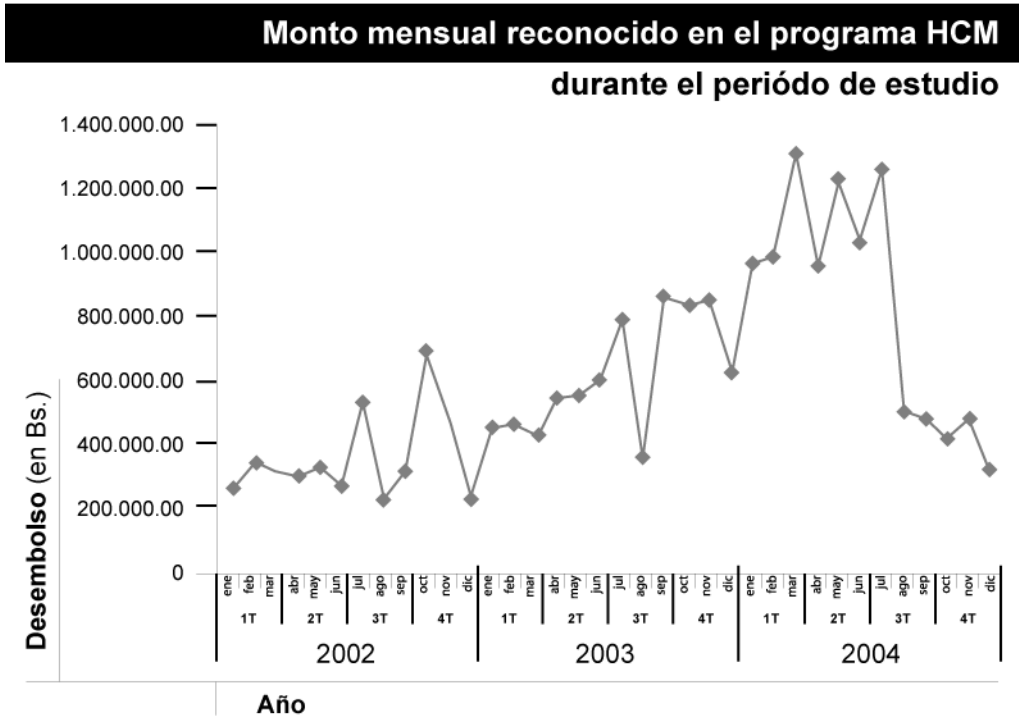
Fuente: Dirección de Informática del IPP

Figura 6



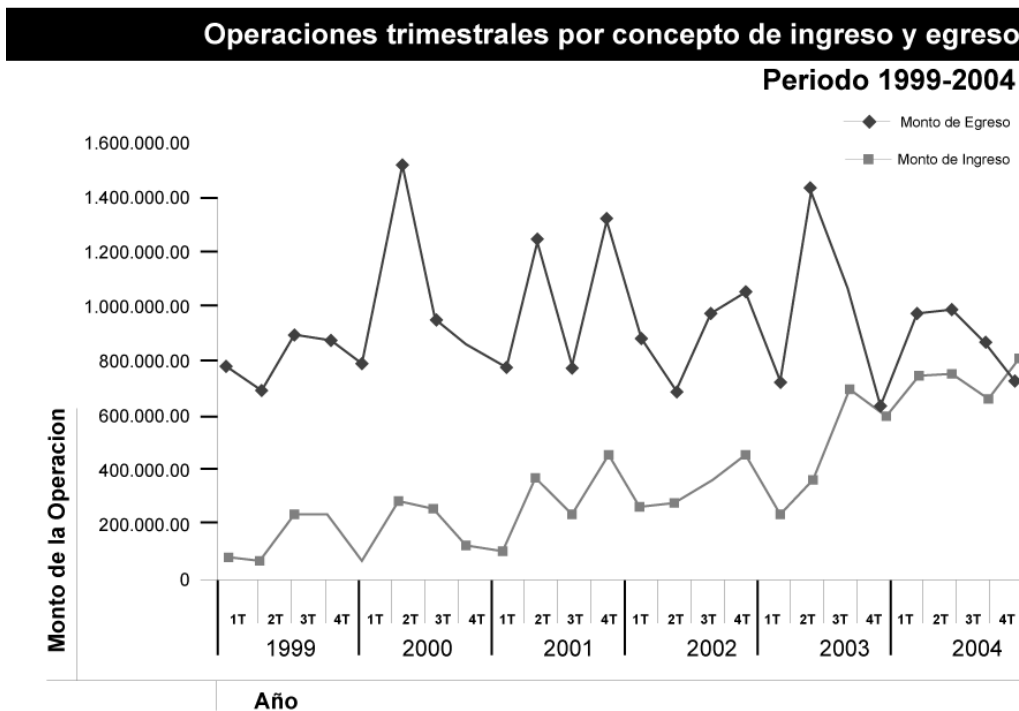
Fuente: Dirección de Informática del IPP

Figura 7



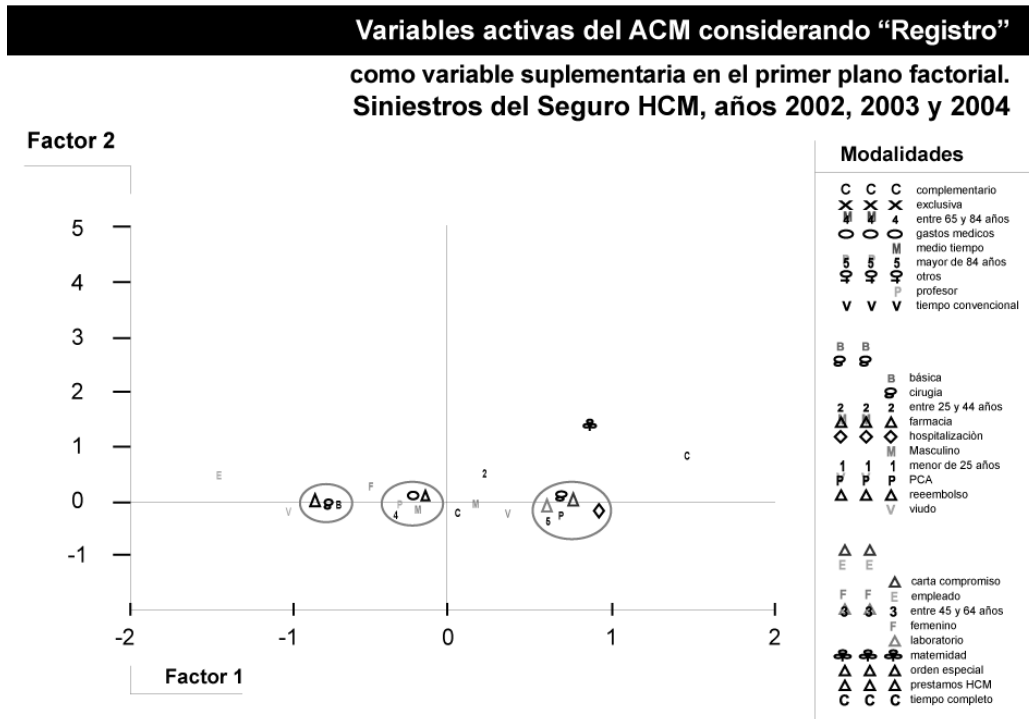
Fuente: Departamento de Contabilidad del IPP

Figura 8



Fuente: Departamento de Contabilidad del IPP

Figura 9



Fuente: Instituto de prevision social al Profesorado de la ULA - IPP

Figura 10

Esquema de la matriz de diseño y parametrización de efectos diferenciales

$$\begin{pmatrix} \text{logit}_{111} \\ \text{logit}_{121} \\ M \\ \text{logit}_{242} \end{pmatrix}_{(16 \times 1)} = \begin{pmatrix} 1 & 0 & A & 0 \\ 0 & 1 & 0 & M \\ M & M & 0 & M \\ 0 & 1 & A & 1 \end{pmatrix}_{(16 \times 10)} \begin{pmatrix} \alpha_1 \\ \alpha_2 \\ \beta^*_{11} \\ M \\ \beta^*_{18} \end{pmatrix}_{(10 \times 1)}$$

Fuente: Elaboración propia

Tabla 1

**Composición porcentual de cada una de las pólizas del seguro HCM
en relación a los grupos de edad de los beneficiarios inscritos
finales del 2004**

Tipo de Póliza	Grupo Etéreo					Total (%)
	Menor a 25 años	Entre 25 y 44 años	Entre 45 y 64 años	Entre 65 y 84 años	Mayor a 84 años	
BASICO	30,76%	29,24%	26,14%	11,84%	2,01%	100
PCA	16,70%	17,48%	30,34%	28,62%	6,87%	100
COMPLEMENTARIO	23,79%	41,93%	18,55%	12,16%	3,56%	100

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

**Porcentaje de siniestros de los grupos etéreos
por cada tipo de póliza**

Tipo de Póliza	Siniestros de los Grupos Etéreos					Total (%)
	Menor a 25 años	Entre 25 y 44 años	Entre 45 y 64 años	Entre 65 y 84 años	Mayor a 84 años	
BASICO	9,66%	10,42%	43,47%	31,84%	4,60%	100
PCA	8,08%	10,66%	33,23%	38,66%	9,37%	100
COMPLEMENTARIO	14,60%	58,50%	11,68%	10,43%	4,80%	100

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

Inercia y Descomposición Chi-Cuadrado

Valor Singular	Inercia Principal	Chi - Cuadrado	Porcentaje	Porcentaje Acumulado	
0.50813	0.25819	62423	9.68	9.68	*****
0.47291	0.22364	54069	8.39	18.07	*****
0.44100	0.19448	47019	7.29	25.36	*****
0.42724	0.18253	44130	6.84	32.21	*****
0.42322	0.17911	43303	6.72	38.92	*****
0.42041	0.17675	42732	6.63	45.55	*****
0.40991	0.16803	40623	6.30	51.85	*****
0.40893	0.16723	40430	6.27	58.12	*****
0.40478	0.16385	39614	6.14	64.27	*****
0.40178	0.16143	39028	6.05	70.32	*****
0.39301	0.15446	37343	5.79	76.11	*****
0.38244	0.14626	35360	5.48	81.60	*****
0.38042	0.14472	34989	5.43	87.03	*****
0.36800	0.13543	32742	5.08	92.10	*****
0.33080	0.10943	26456	4.10	96.21	*****
0.31802	0.10114	24452	3.79	100.00	*****
Total	2.66667	644.713	100.00		

Grados de libertad = 441

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

Análisis de varianza para el modelo de efectos principales

Fuente	DF	Chi-Cuadrado	Pr > Chisq
Término Independiente	2	8382.43	<. 0001
Sexo	2	177.88	<. 0001
etario2	6	80.28	<. 0001
Ratio de probabilidad	6	3.17	0.7876

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5

Matriz de diseño para el modelo de efectos diferenciales

Muestra	en el primer logit				
	1	2	3	4	5
1	1	1	1	1	0
2	1	1	0	0	0
3	1	1	0	0	1
4	1	1	-1	-1	-1
5	1	-1	1	0	0
6	1	-1	0	1	0
7	1	-1	0	0	1
8	1	-1	-1	-1	-1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6

Cálculo de los cocientes odds estimados en la comparación de los grupos etáreos del titular para ambos sexos

Grupos	Sexo	\hat{OR}_{hi1}
		Logit 1
A y B	Femenino	$P_{111}/P_{121}=0,196/0,241=0,8110$
	Masculino	$P_{211}/P_{221}=0,256/0,316=0,8111$
B y C	Femenino	$P_{121}/P_{131}=0,241/0,198=1,2204$
	Masculino	$P_{221}/P_{231}=0,316/0,259=1,2206$
C y D	Femenino	$P_{131}/P_{141}=0,198/0,173=1,1415$
	Masculino	$P_{231}/P_{241}=0,259/0,227=1,1411$
A y C	Femenino	$P_{111}/P_{231}=0,196/0,198=1,9898$
	Masculino	$P_{211}/P_{141}=0,256/0,259=0,9900$
B y D	Femenino	$P_{121}/P_{141}=0,241/0,173=1,3931$
	Masculino	$P_{221}/P_{241}=0,316/0,227=1,3929$
A y D	Femenino	$P_{111}/P_{141}=0,196/0,173=1,1299$
	Masculino	$P_{211}/P_{241}=0,256/0,227=1,1297$

Fuente: Elaboración propia

Los Incentivos y las Amenazas que Condicionan a la Independencia del Auditor

Rosario López Gaviria

Doctora en Ciencias Económicas y
Empresariales
Profesora de la Universidad de Sevilla
lgrosa@us.es

Aurora V. Pérez López

Profesora de la Universidad de Sevilla
auroravpl@us.es

Recibido 07/11/2006 - Revisado 06/03/2007 - Aceptado 30/03/2007

RESUMEN

La fiabilidad y validez de la actividad de auditoría está completamente condicionada a que los profesionales que ejercen esta labor la realicen con total independencia. Sin embargo, en nuestros tiempos, y como consecuencia de la multitud de escándalos financieros en los que los auditores en muchas ocasiones se han visto envueltos, parece existir una percepción generalizada de que la actividad de verificación de cuentas carece de una utilidad real y verdadera.

Lo anterior resulta, sin lugar a dudas, verdaderamente preocupante. Aunque es cierto que esta situación existe en la actualidad, desde nuestro punto de vista, tal circunstancia no podrá mantenerse de forma indefinida en el futuro. En definitiva, no creemos que la actividad de auditoría pueda seguir existiendo si no cumple, al menos de forma aparente, con su función de añadir credibilidad a la información contable.

Por todo ello, consideramos que es necesario realizar esfuerzos para paliar esta situación, fundamentalmente concienciando a las partes implicadas y conociendo cuáles son los principales factores que suponen una amenaza para la misma y qué elementos pueden contribuir a incentivarla.

Palabras clave:

Auditoría, Independencia del auditor, Incentivos, Amenazas.

ABSTRACT

The reliability and validity of audit is completely conditional on the total independence of the professionals exerting this activity. Nevertheless, as a result of the multitude of financial scandals in which auditors in many occasions have been involved themselves, at present there seems to be a general perception that the activity of account verification lacks a real and true utility.

Undoubtedly, this is truly worrisome. Although it is certain that this situation does currently exist, from our point of view it cannot continue like that for an indefinite period of time in the future. We definitely do not believe that the audit activity can survive if it does not fulfil, at least in apparent form, its function of adding credibility to the account information.

Therefore, we think it is necessary to make efforts to mitigate this situation, arousing fundamental awareness among the implied parties and finding the main factors of threat and incentive for the audit activity.

Key words:

Audit, Auditor Independence, Incentives, Threats.

1. Introducción.

La cualidad de independencia de los auditores constituye uno de los pilares fundamentales sobre los que se asienta la actividad de la auditoría. Esto es así hasta el punto de que la existencia de dicha actividad carece de sentido si no es desempeñada por profesionales independientes (Goldman y Barlev, 1974; Firth, 1980; Lee y Gu, 1998; Lindberg y Beck, 2002; entre otros).

A pesar de lo anterior, en los últimos años han ocurrido numerosos escándalos financieros¹ que han perjudicado en gran medida el prestigio y la credibilidad de los auditores. De acuerdo con algunos estudios (Lindberg y Beck, 2002), las percepciones de los usuarios sobre el cumplimiento de la cualidad de independencia por parte de los auditores resultan mermadas después de la ocurrencia de estos escándalos financieros.

El presente trabajo pretende poner de manifiesto la importancia de potenciar, desde las diferentes partes implicadas en la actividad de la auditoría, la cualidad de independencia de los auditores. Para ello, en los siguientes apartados procederemos a estudiar cuáles son los principales factores que suponen una amenaza para la cualidad de independencia de los auditores y qué elementos pueden contribuir a incentivarla. Posteriormente, de acuerdo con el análisis realizado de la literatura de investigación, propondremos un marco general del conjunto de factores que incentivan y amenazan a la independencia del auditor. Para finalizar, a modo de reflexión, señalamos un conjunto de consideraciones finales sobre nuestra investigación.

2. Incentivos para la Independencia del Auditor.

Como Paz-Ares señaló (1996: 72):

“Lo que la gente observa no es el grado de moralidad subjetiva del auditor, sino los incentivos que objetivamente tiene para obrar de manera independiente”.

Existen varios factores que pueden incentivar al auditor para actuar en el ejercicio de sus funciones por el camino correcto. Todas ellas, hacen que el profesional tenga motivaciones para hacer bien su trabajo, porque de lo contrario podrá ser castigado de diversas formas.

El Cuadro 1 presenta el enfoque global planteado por Johnstone *et al.* (2001), el cual representa una visión completa de los antecedentes y las consecuencias del riesgo a la independencia del auditor. En este punto vamos a analizar aquella parte de su análisis que corresponde a una serie de factores que suponen incentivos a los auditores para mantener su independencia. En el siguiente apartado procederemos a estudiar aquellos elementos que pueden suponer un riesgo o amenaza para dicha cualidad.

En cuanto a lo que incentivos se refiere, en el Cuadro 1 se señalan los siguientes factores mitigantes: los mecanismos de gobierno corporativo, el papel de los organismos reguladores, las políticas de las firmas de auditoría y, por último, la cultura de la firma de auditoría y las características de los auditores. Los autores matizan que algunos de estos factores, por sí solo, puede no ser suficiente para mitigar el riesgo, pero una

¹ Los escándalos financieros de los últimos años no han sido novedosos por su ocurrencia, pero sí por la frecuencia en la que se han producido y por las cantidades millonarias que se han visto implicadas. Entre otros casos podríamos citar, por ejemplo, Enron y Worldcom en Estados Unidos y Gescartera en España.

Cuadro 1

Un modelo para la comprensión de los antecedentes y consecuencias del riesgo a la independencia

Condiciones del entorno

¿Qué amenazas crean riesgo a la independencia?

Amenazas directas	Amenazas indirectas
Inversiones directas	Relaciones interpersonales
Honorarios contingentes	Revisión del propio trabajo de auditoría
Empleo potencial	
Dependencia financiera	

¿Qué decisiones basadas en juicios permiten que el riesgo a la independencia afecte a la calidad de la auditoría?

Presión sobre asuntos contables difíciles	Presión sobre juicios de materialidad	Presión sobre el alcance y conducta de la auditoría
---	---------------------------------------	---

Factores mitigantes

¿Qué factores podrían mitigar las condiciones del entorno relacionadas con la independencia?

Mecanismos de gobierno corporativo	Papel de la regulación
Consejo de directores	Refuerzo del conjunto de normas
Comités de auditoría	
Políticas de la firma de auditoría	Cultura de la firma y características del auditor individual
Revisiones entre socios	Énfasis de la firma sobre su deber público
Revisiones paritarias	Características morales y éticas de los auditores
Consultas dentro de la firma	
Planes de compensación	

Análisis de los usuarios

¿Cómo se ven afectados los usuarios si los factores mitigadores fallan?

Entidades auditadas	Accionistas y acreedores	Audidores individuales
Profesión de auditoría	Reguladores	

Acciones Sugeridas

¿Qué acciones deberían tomar la profesión auditora, las firmas de auditoría, los reguladores y los investigadores?

Fuente: Johnstone *et al.* (2001)

combinación de todos o varios puede tener un importante efecto mitigador. Pasamos a continuación a analizar aquellos factores sobre los que las firmas de auditoría pueden influir más directamente, estos son las políticas de las firmas de auditoría y la cultura de la firma y características del auditor individual.

Políticas de la firma de auditoría

Las firmas de auditoría deben fomentar una cultura corporativa orientada en todo momento hacia la independencia. Dicha cultura se trasmite a través del establecimiento de una serie de políticas. El objetivo primordial de las mismas es mitigar el riesgo a la independencia debido

a su asociación con los litigios y el declive del capital reputacional.

Cultura de la firma y características del auditor individual.

Los mensajes de la firma de auditoría, explícitos o implícitos, con respecto a la conducta adecuada dentro de la firma y las características éticas de los auditores individuales tienen probablemente un impacto muy significativo sobre el riesgo a la independencia.

La cultura de la firma de auditoría puede concebirse como el mensaje que una firma trasmite a sus auditores con respecto a las obligaciones que deben

Figura 1



Fuente: Johnstone et al. (2001)

asumir. En el contexto del mercado de capitales, pueden identificarse tres tipos de cultura de firma dentro de un continuo (Figura 1)²:

- **Cultura de deber público:**

Su objetivo es dar confianza a los proveedores de capital de que la información que ellos reciben es fiable y no contiene errores. Por tanto, la obligación ética esencial del auditor es contribuir a disminuir el conflicto de intereses entre los demandantes de capital y los proveedores de capital, asumiendo un papel que proteja los intereses de los inversores y acreedores, ayudando a paliar la información asimétrica entre ambos.

- **Cultura de protección al cliente:**

En este caso se potencia a los auditores para que se vean así mismos como socios de negocio de sus clientes, los demandantes de capital. Los auditores podrían moverse hacia esta parte del continuo con el deseo de añadir valor al negocio de sus clientes, fundamentalmente, a través de la oferta de una amplia gama de servicios y la atracción y retención de trabajadores. Esta cultura se centra prioritariamente en los intereses financieros de los demandantes de capital, lo cual va en detrimento de los

proveedores de capital y otros usuarios de los Estados Financieros.

Por tanto, si nos movemos a lo largo del continuo, desde la cultura del deber público hacia la cultura de protección al cliente, probablemente vaya aumentando el riesgo a la independencia.

- **Cultura de gestión del riesgo:**

En el centro del continuo podría situarse una posición donde se considera que los auditores son neutrales. Esta perspectiva se centra sobre los intereses del auditor, pero también en cómo se pueden gestionar y controlar los riesgos que aparecen por la representación que realizan los auditores de los proveedores de capital.

La cultura de la firma de auditoría estará influida en gran medida por las características individuales de los auditores. Por ejemplo, podría ocurrir que en una firma de auditoría con una cultura de protección al cliente, un auditor con altos niveles de ética mitigara efectivamente el riesgo a la independencia. No obstante, en la medida en que la orientación de un auditor individual se mueva desde la cultura de deber público hacia la de protección al cliente, probablemente debiera optarse

² Siguiendo a Johnstone et al. (2001), los demandantes de capital engloban a los inversores y acreedores y los proveedores de capital incluyen a los clientes de las firmas de auditoría

por confiar en otros factores mitigadores, tales como la regulación y el gobierno corporativo, para realmente mitigar el riesgo a la independencia.

En definitiva, hemos comprobado que existen elementos que influyen en la motivación del auditor para ser un profesional objetivo. No obstante, es preciso indicar que en muchas ocasiones se trata de factores que influyen únicamente en la vertiente de apariencia de la independencia y, como ya hemos establecido anteriormente, la misma es una condición necesaria, pero no suficiente, para el cumplimiento de la función social de la auditoría, esto es, para que de forma real aporte valor añadido a la sociedad. Por tanto, debe tenerse presente que es necesario también que existan incentivos que motiven a los auditores para ser independientes de forma real.

Por ello, estamos de acuerdo con Cañibano y Castrillo (1999) en que resulta necesario, si queremos que el “público” siga confiando en la opinión del auditor, un nuevo planteamiento en el que se confiera una mayor relevancia a la **independencia real**. Cada cliente y cada servicio prestado a un cliente, tanto de auditoría como de otros servicios que puede prestar el auditor, se deberá someter a un análisis, que tendrá que quedar reflejado en los papeles de trabajo, sobre las posibles amenazas y riesgos que pueden dañar la independencia.

Además, entendemos que en el conflicto anterior es fundamental el papel de los poderes reguladores, los cuales deben poner un mayor empeño en la búsqueda de incentivos para que el auditor sea realmente un profesional capaz e independiente.

Así, puede observarse que la

reducción del riesgo a la independencia, además de beneficiar a numerosos agentes que no intervienen directamente en la realización de la auditoría, también influye, en gran medida, tanto en los auditores individuales y las firmas de auditoría, como en la profesión en general. En definitiva, los auditores tienen numerosos incentivos para ser independientes. Entonces, ¿por qué en la realidad del mercado de servicios de auditoría en muchas ocasiones no son independientes?

3. Amenazas sobre la Independencia del Auditor.

En nuestra opinión existen, desgraciadamente, un mayor número de variables que suponen amenazas a la independencia del auditor en comparación con aquellas otras que la incentivan. Además, a nuestro entender, la probabilidad de que una posible amenaza dañe verdaderamente la independencia del auditor, es superior a la probabilidad de que un posible incentivo se convierta finalmente en una motivación real.

El Comité de Auditoría de la Comisión Europea en su documento “La independencia de los auditores legales en la Unión Europea: un conjunto de principios fundamentales” señala, en el apartado sobre amenazas a la independencia y riesgos inherentes, que la independencia de los auditores legales podrá verse afectada por diferentes tipos de amenazas: interés propio, revisión propia, defensa, familiaridad o confianza o intimidación (Bastante, 2001).

Asimismo, el Comité establece que el nivel de riesgo por el cual la independencia del auditor puede verse perjudicada vendrá determinada por la importancia de cualquiera de las

amenazas señaladas anteriormente.

La Securities Exchange Commission (SEC, 2000) en su Norma Final (S7-13-00): "Revisión of de Commission's Auditor Independence" llama la atención sobre las siguientes amenazas a la independencia del auditor:

- Relaciones financieras.

- a. Inversiones en las empresas clientes
- b. Otros intereses financieros: relaciones deudor-acreedor, cuentas corrientes o cuentas de ahorro, tarjetas de crédito, etc.

- Relaciones de empleo.

- * Relaciones de trabajo entre el auditor y la empresa cliente.
- * Relaciones de trabajo entre la empresa cliente y ciertos familiares del auditor.
- * Relaciones de trabajo entre el cliente y antiguos empleados de la firma de auditoría.
- * Relaciones de trabajo entre la firma de auditoría y antiguos empleados del cliente.

- Relaciones de negocio: se refiere al riesgo existente cuando una empresa auditora, o cualquier persona, dentro de su ámbito de aplicación, tiene relaciones de negocio directas o indirectas y materiales con el cliente, o cualquier persona relacionada con él, con capacidad para la toma de decisiones dentro de la organización, tales como empleados, directivos o accionistas importantes.

- Relaciones procedentes de la prestación de servicios de no-auditoría: considera que el profesional no es independiente si proporciona determinados servicios adicionales a la actividad auditora.

- Honorarios contingentes: propone restringir la percepción de honorarios contingentes de los clientes, ya que los acuerdos vinculados a elevadas retribuciones pueden provocar el nacimiento de intereses mutuos con el cliente. Proporciona además la siguiente definición de honorarios contingentes: aquellos que, si por cualquier motivo el auditor dejara de percibir, tendrían un impacto significativo sobre el resultado de la firma auditora.

A continuación, pasamos a retomar la parte del estudio de Johnstone *et al.* (2001) que se preocupaba por las diferentes situaciones que pueden ocasionar riesgo a la independencia analizada en el apartado anterior (Cuadro 1). Los autores dividen las situaciones que pueden poner en peligro la independencia del auditor en directas e indirectas:

- **Amenazas directas** comprenden los beneficios monetarios actuales o potenciales. En ellas se incluyen:

- **Inversiones directas:** las cuales podrían causar un conflicto de intereses relacionado con la alineación de los auditores con la posición mantenida con los gestores de las compañías.

- **Honorarios contingentes:** también pueden derivar en el incremento de los intereses financieros. Por ejemplo, ante la aparición de discrepancias, la gestión puede presionar con la revocación del contrato.

- **Potencial de conseguir un empleo en la entidad auditada:** esta situación podría obligar al auditor a tomar decisiones incorrectas con el objeto de no perder la perspectiva de empleo futuro.

- **Dependencia financiera:** incluye la

naturaleza del servicio prestado (auditoría u otros), la magnitud relativa, la continuidad de los honorarios, el efecto “*low balling*”³ y el valor reputacional de una relación con éxito. Todos los factores anteriores suponen amenazas para la habilidad del auditor a resistir las presiones de la gestión por la preocupación de la finalización de la relación.

- **Amenazas indirectas:** aparecen por otras circunstancias que podrían dificultar el mantenimiento de la objetividad del auditor. Pueden ser de dos tipos:

- **Relaciones interpersonales:** se dan cuando los auditores poseen una relación personal, familiar o profesional con el cliente. Todas estas relaciones podrían provocar que el auditor antepusiera los intereses personales sobre los objetivos profesionales.

- **Revisión propia:** en este caso puede ocurrir que el auditor tenga que auditar su propio trabajo o el de alguno de los miembros de su equipo. Algunos ejemplos podrían ser: preparación de los Estados Financieros, recomendaciones de valoración de elementos en dichos estados, externalización de la auditoría interna y el asesoramiento sobre decisiones de gestión. Todas estas situaciones podrían crear situaciones en las que el auditor es incapaz de evaluar críticamente su trabajo o de dañar una relación con otro miembro de la firma de auditoría.

Por otra parte, existen situaciones que implican decisiones basadas en juicios que también pueden afectar a la independencia del auditor y, por tanto, a la calidad de la auditoría. Dichas decisiones son aquellas que implican

una incertidumbre con respecto a la determinación apropiada o juicio de valor que un auditor podría hacer. Los autores señalan concretamente tres tipos de decisiones basadas en juicios (Cuadro 1):

- **Asuntos contables que conllevan dificultad:** Son aquellos que permiten varias interpretaciones opcionales: principios contables, valoraciones alternativas, etc. En este caso, podría ocurrir que los auditores se adhirieran a las preferencias de tratamientos contables inapropiados de la gestión.

- **Decisiones referidas al comportamiento durante la auditoría:** Se refieren a juicios acerca de la naturaleza y la extensión de la evidencia de auditoría. Por ejemplo, los auditores podrían ocultar errores descubiertos durante el muestreo de auditoría con el deseo de no entrar en conflicto con la gestión.

- **Decisiones materiales:** Tienen relación con los juicios que se refieren a la importancia relativa de las omisiones o errores descubiertos en la información financiera. Podría ocurrir, por ejemplo, que un auditor concluyera que un ítem no es significativo y, por tanto, no someterlo a evaluación durante el proceso de obtención de evidencia.

A modo de resumen, la visión de Johnstone *et al.* (2001) mostrada en el Cuadro 1, expresa que el conjunto de amenazas que pueden afectar a la independencia, junto con las decisiones que están basadas en juicios, formarían las condiciones del entorno que afectan al riesgo a la independencia. De acuerdo con los autores, todas ellas unidas con los factores que mitigan o incentivan dicho

³ Hace referencia a las reducciones iniciales de los precios de auditoría con el objeto de recuperar márgenes en futuros periodos.

riesgo, determinan cómo se encuentran afectados los distintos usuarios por el riesgo a la independencia.

Para delimitar lo anterior, los autores señalan que en principio es preciso tener en cuenta que los usuarios de la actividad de auditoría financiera son muy diversos. Dentro de ellos se encuentran las entidades auditadas, los accionistas y acreedores, los auditores individuales, la profesión de auditoría, los reguladores, entre otros. Teniendo en cuenta el ámbito temporal, los anteriores usuarios pueden sufrir las siguientes consecuencias derivadas del riesgo a la independencia:

- **A corto plazo:**

Las entidades auditadas pueden beneficiarse a corto plazo de un incremento del riesgo a la independencia ya que aumenta la probabilidad de que el auditor acceda a las preferencias de la entidad auditada. Los beneficios potenciales podrían consistir en el incremento de la cotización de las acciones y un menor coste de capital.

Por su parte, los accionistas y acreedores padecerán los efectos anteriores. En concreto, las consecuencias negativas de un informe de auditoría erróneo pueden consistir en un declive de valor de los activos o pasivos de la compañía. Los auditores individuales están preocupados por el mantenimiento de la relación con el cliente por razones económicas y por la probabilidad de futuros litigios o pérdida de reputación asociados con su comportamiento.

- **A largo plazo:**

Los accionistas y acreedores impondrán un coste adicional por incremento del riesgo de información

originado por la incapacidad de confiar en el proceso de auditoría. Por tanto, las entidades auditadas, en última instancia, también se perjudican por el riesgo a la independencia. Así, el efecto neto sobre la entidad auditada será la diferencia entre los beneficios que se obtienen versus las pérdidas que también pueden aparecer a largo plazo.

Por otro lado, la profesión de la auditoría se daña por el incremento del riesgo a la independencia, aunque solo sean unos pocos auditores los que no cumplen con la obligación de independencia.

En este horizonte temporal, los reguladores y el bienestar de la sociedad en general, sufren los costes asociados con un alto riesgo a la independencia.

Para finalizar, Johnstone et al. (2001) se plantean en su trabajo cuáles deberían ser las acciones a tomar por los diferentes usuarios para tratar de paliar o disminuir el riesgo a la independencia:

- **Con respecto a la profesión de auditoría.**

La profesión de auditoría dirige activamente la gestión del riesgo a la independencia, fundamentalmente, prohibiendo la realización de algunas actividades y estableciendo programas de control (por ejemplo, requerimientos de titulación, educación profesional continua, normas de ética).

No obstante, existen dos áreas que reciben una atención limitada de la profesión:

* Asuntos relacionados con el tipo, magnitud relativa y continuidad de los honorarios. Por el contrario, la profesión

parece mantener estrategias de expansión de servicios que podrían incrementar las preocupaciones de dependencia financiera.

* Situaciones que implican decisiones basadas en juicios que ocasionan un riesgo a la independencia que afecta a la calidad de la auditoría.

• **Con respecto a las firmas de auditoría.**

Las firmas de auditoría pueden influir en el riesgo a la independencia mediante el establecimiento de políticas y fomentando una cultura de firma que otorguen un adecuado soporte a los esfuerzos de los auditores individuales para mitigar el riesgo a la independencia.

En sus manos está también promover la formación continua de los auditores, poniendo un especial énfasis en la relación entre las amenazas a la independencia y aquellas situaciones que permiten que dicho riesgo afecte a la calidad de la auditoría.

• **Con respecto a los reguladores.**

Los organismos legisladores tradicionalmente han dedicado y siguen dedicando un gran esfuerzo normativo relacionado con la independencia del auditor. En particular, se centran en mejorar la visión de la regulación sobre el incremento de la efectividad del gobierno corporativo y los mecanismos de autoregulación. Asimismo, también se centran sobre las situaciones que implican decisiones basadas en juicios que permiten que el riesgo a la independencia afecte a la calidad de la auditoría.

• **Con respecto a los investigadores sobre el tema.**

En este sentido, hemos de ma-

nifestar que es fundamental que los investigadores continúen dedicando sus esfuerzos al estudio de esta problemática, haciendo especial hincapié, entre otros, en los siguientes temas:

- Se debería continuar profundizando sobre los componentes individuales del modelo.

- Sería interesante analizar la verdadera efectividad de los factores mitigantes del riesgo a la independencia, tanto de forma individual como combinada.

4. Marco General sobre los Incentivos y Amenazas a la Independencia del Auditor.

En el presente apartado, exponemos un enfoque general de todo el conjunto de incentivos y amenazas procedentes de las diferentes visiones, mostradas por los distintos organismos reguladores e investigadores sobre el tema analizadas en este trabajo, que pueden afectar a la independencia del auditor y, por tanto, a la calidad de la auditoría:

*** INCENTIVOS**

En función de los principales agentes del mercado de auditoría pueden tomarse las siguientes acciones como incentivos a la independencia:

• **Acciones provenientes de los auditores como individuos:**

- Sentimiento de haber cumplido su responsabilidad profesional con integridad y haber prestado un buen servicio a sus clientes.

- Acceso a mejores condiciones de salario, promoción y reconocimiento (prestigio profesional).

- Reducción de los riesgos asociados con el cumplimiento de responsabilidades y

pérdida de reputación.

- Elusión de las acciones disciplinarias por parte de los organismos reguladores.

• **Acciones provenientes de las firmas de auditoría:**

- Empleo de las revisiones entre socios.
 - Utilización de las revisiones paritarias.
 - Promoción de las consultas de miembros dentro de la firma.
 - Fomento de los planes de compensación.

• **Acciones provenientes de la entidad auditada (Mecanismos de gobierno corporativo):**

- Utilización Consejos de Directores y Comités de Auditoría.
 - Reducción del coste de la agencia.

• **Acciones provenientes de los organismos reguladores:**

- Refuerzo de la eficiencia y eficacia de la normativa sobre auditoría.

* **AMENAZAS**

De forma global, los auditores y sociedades de auditoría se enfrentan a las siguientes amenazas:

• **Existencia de intereses propios en la firma auditada: por ejemplo;**

- Mediante la realización de inversiones directas o indirectas significativas en la entidad auditada.

- Mediante el mantenimiento de relaciones de empleo: cargos directivos,

de administración, etc.

- Mediante la presencia de honorarios contingentes. En este sentido, pueden aparecer dos problemas fundamentales:

* **Problema de precios reducidos por la feroz competencia:** tal empirismo puede perjudicar a la calidad de la auditoría y, por tanto, a la confianza del público sobre el auditor. Dicho fenómeno es conocido como "*Low-Balling*"⁴ (fijación de precios que no cubren los costes totales de la auditoría).

* **Problema de la excesiva dependencia del cliente:** tal dependencia puede provenir de la facturación por servicios de auditoría como por otros servicios adicionales.

• **Necesidad de revisión del trabajo propio**⁵: por ejemplo, en el caso de la existencia de relaciones de empleo y la realización de otras tareas adicionales a la auditoría.

• **Aparición de una excesiva familiaridad con el cliente:** por ejemplo, mediante el mantenimiento de vínculos de consanguinidad o afinidad con la compañía auditada.

• **Existencia de actitudes de intimidación hacia el auditor:** mediante amenazas reales o percibidas para que el auditor no actúe objetivamente.

• **Adopción de actitudes de defensa hacia el cliente:** cuando el auditor toma una actitud de protección al cliente.

• **Existencia de decisiones basadas en juicios:** por ejemplo, el tratamiento de

⁴ Para una profundización sobre este fenómeno puede consultarse la obra de DeAngelo (1981).

⁵ Esta amenaza junto con la existencia de honorarios contingentes o la aparición de una excesiva confianza con el cliente constituyen los principales factores que se argumentan en contra de la realización de otros servicios por parte de los auditores.

hechos contables difíciles de interpretar, las dificultades relacionadas con decisiones sobre juicios de materialidad y los conflictos provocados por la determinación del alcance y la conducta de la auditoría.

• **Existencia de relaciones duraderas en el tiempo entre cliente y auditor:** la amenaza puede provenir del exceso de confianza que se puede establecer con un cliente si la duración del contrato es larga. Además, desde nuestro punto de vista esta circunstancia guarda relación con:

- La amenaza provocada por la realización de otros servicios a los clientes ya que, de romperse la relación, podría afectar negativamente a los mismos.

- La amenaza relacionada con la aparición de una excesiva familiaridad con el cliente.

5. Consideraciones Finales.

En el presente trabajo hemos manifestado que la situación actual, en la que el prestigio y la credibilidad de los profesionales de la auditoría están permanentemente en entredicho, no se puede mantener eternamente. Desde nuestro punto de vista, no tiene sentido que siga existiendo en el futuro una actividad auditora que, al menos en cuanto a la percepción de sus usuarios se refiere, no cumple con su función de dotar de fiabilidad a la información contable publicada por las empresas.

Por tanto, es preciso apostar por la recuperación de la confianza en la actividad auditora y en la existencia de profesionales independientes. Para ello, en el presente trabajo hemos puesto de manifiesto:

• Los factores que hay que analizar cuidadosamente porque afectan negativamente a la cualidad de independencia. Como por ejemplo, los honorarios contingentes, el mantenimiento de relaciones financieras o de empleo con el cliente, la realización de servicios adicionales, etc. La clave en cada uno de estos casos estará en determinar cuál será el tratamiento más adecuado para cada una de estas amenazas.

• Los elementos que hay que potenciar porque tienen una incidencia positiva en dicha cualidad. Entre ellos, las revisiones paritarias, la existencia de Comités de Auditoría, el papel de la regulación, las características éticas y morales del auditor, etc.

Asimismo, hemos señalado la importancia de que las diferentes partes implicadas con la auditoría (la profesión, las firmas de auditoría, los reguladores y los investigadores sobre el tema) centren sus esfuerzos en la mejora de la situación actual.

Desde nuestro papel de investigadores, hemos propuesto un marco general sobre los incentivos y amenazas a la independencia del auditor. Dicho marco supone una síntesis que refleja el conjunto de opiniones de la literatura de investigación, por tanto, entendemos que podría ser el punto de referencia sobre el que deben basarse los profesionales auditores en el desempeño de su labor.

Referencias Bibliográficas

BASTANTE, V. (2001): "La independencia de los auditores legales en la UE: un conjunto de principios fundamentales". *Revista Técnica del Instituto de Censores*

Jurados de Cuentas, nº 18, p. 58-74.

CAÑIBANO, L. y CASTRILLO, L.A. (1999): "La independencia de los auditores: un nuevo enfoque". *Actualidad Financiera*. Año IV. Monografía 3/99, p. 21-39.

DEANGELO, L.E. (1981): "Auditor independence, 'LowBalling', and disclosure regulation". *Journal of Accounting and Economics*, 3, p. 113-127.

FIRTH, M. (1980): "Perceptions of Auditor Independence and Official Ethical Guidelines". *The Accounting Review*, vol. LV, nº 3, july, p. 451-466.

GOLDMAN, A. y BARLEV, B. (1974): "The Auditor-Firm Conflict of Interests: Its Implications for Independence". *The Accounting Review*, october, p. 707-718.

JENSEN, M.C. y MECKLING, W.H. (1976): "Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure". *Journal of Financial Economics*, 3, p. 305-360.

JOHNSTONE, K., SUTTON, M. y WARFIELD, T. (2001): "Antecedents and Consequences of Independence Risk: Framework for Analysis". *Accounting Horizons*, vol. 15, nº 1, march, p. 1-18.

LEE, C-W y GU, Z. (1998): "Low Balling, Legal Liability and Auditor Independence". *The Accounting Review*, vol. 73, nº 4, october, p. 533-555.

LINDBERG, D.L. y BECK, F.D. (2002): "CPAs' Perceptions of Auditor Independence: An Analysis of Views Before and After the Collapse of Enron". Working Paper, Illinois State University, november. Consultado en la página WEB: <http://accounting.rutgers.edu/raw/aaa/audit/midyear/03midyear/papers> (febrero, 2003)

PAZ-ARES, C. (1996): "*La Ley, el Mercado y la Independencia del auditor*". Ed. Civitas, Madrid.

SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION (2000): "*Revision of the Commission's Auditor Independence Requirements*". Consultado en la página WEB. <http://www.sec.gov/rules/final/33-7919.htm> (enero, 2002)

Rasgos Determinantes de las Aptitudes Emprendedoras que Forman el Perfil de los Estudiantes de Contaduría Pública

del Núcleo Universitario "Rafael Rangel"

Walevska López

Licenciada en Administración de Empresas
Especialista en Gerencia, Mención Industria y
Comercio, Msc. en Administración de Empresas,
Doctora en Gerencia Avanzada,
Profesora de la Universidad de los Andes
walalopez69@yahoo.es

Morelia Montilla

Licenciada en Contaduría Pública
Especialista en Gerencia, Mención Industria y
Comercio Msc. en Administración de Empresas
Doctora en Gerencia Avanzada
Profesora de la Universidad de los Andes
moreliam@ula.ve

Militza Briceño

Licenciada en Contaduría Pública
Se desempeña como gerente de PYME
en tributos y análisis financiero
militza80_09@hotmail.com

Recibido 21/06/2006 - Revisado 15/09/2006 - Aceptado 24/11/2006

Resumen

Las características del empresario, han sido objeto de variadas investigaciones orientadas hacia la búsqueda de diferencias de personalidad que permitan distinguir entre empresarios exitosos y sin éxito (fracasados). Este tema ha adquirido especial interés al estudiarse desde una perspectiva académica, concretamente considerando a los individuos que se orientan al desempeño de la función emprendedora. La presente investigación considera la personalidad que define al emprendedor y expone un análisis de los rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras, que forman el perfil de los estudiantes de Contaduría Pública del Núcleo Universitario Rafael Rangel, de la Universidad de los Andes. Para el desarrollo de este estudio se empleó una metodología de investigación empírica, de campo; con un enfoque cuantitativo, en la misma se consideraron los rasgos psicológicos y los no psicológicos de los estudiantes. Se concluyó que la población estudiada cuenta en gran parte con las capacidades psicológicas y no psicológicas que los pueden identificar como potenciales emprendedores. Sin embargo, se recomienda incorporar dentro de los planes de estudio, el fortalecimiento de la aptitud emprendedora como herramienta que ayude a reforzar positivamente el desempeño de los individuos para que en el futuro puedan llegar a ser empresarios exitosos.

Palabras clave:

Emprendedor, rasgos psicológicos, rasgos no psicológicos, contaduría pública.

Summary:

The characteristics of the entrepreneurs, have been object of varied investigations oriented towards the search of personality differences that allow researchers to distinguish between successful entrepreneurs and entrepreneurs without success (failure). This subject has acquired special interest from an academic perspective, concretely considering the individuals that orient themselves to the performance of the enterprising function. The present investigation considers the personality which defines the entrepreneur and it exposes an analysis of the determinant characteristics of the entrepreneurial aptitudes, that form the profile of the students of Public Accountant of the University Nucleus Rafael Rangel, of the University of the Andes. For the development of this study was used an empirical methodology and a quantitative approach. In the same one, were considered the psychological characteristics and the non psychological characteristics of the students. The conclusions of the study shows that the population account to a large extent with the psychological and non psychological capacities that can identify them like potentials entrepreneurs. Nevertheless, it is recommended to incorporate within the curricula, the fortification of the entrepreneurial aptitudes like a tool that helps to positively reinforce the performance of the individuals so that in the future they can get to be successful entrepreneurs.

Key words:

Entrepreneur, psychological and non psychological characteristics, public accountant.

1. El Problema

El mundo actual se caracteriza por desenvolverse en ambientes altamente dinámicos donde el hombre se encuentra constantemente en la búsqueda del perfeccionamiento, de fuentes y formas de vivir que les permita sentirse mejor consigo mismo, utilizando sus capacidades innatas que le permiten relacionarse con la realidad en la cual está inserto. De las condiciones del entorno se deriva la necesidad del individuo de crear estas fuentes de producción y empleo para garantizar su bienestar y contribuir en el de otros. El éxito de su actividad está determinado por las habilidades que posea y por las condiciones que le brinda el ambiente, donde el real aprovechamiento de las oportunidades del entorno suele estar influenciado por la formación académica recibida desde la Universidad, a fin de materializar sus expectativas en el campo empresarial.

En el ámbito académico, la función emprendedora reviste una diversidad de criterios, opiniones y expectativas de desempeño por parte de los estudiantes universitarios que merece especial atención. Antes de iniciarse el proceso de pregrado y durante el mismo, se originan en el estudiante concepciones muy variadas respecto a la forma y condiciones de ejercer la carrera en el futuro, especialmente, en los estudiantes de la carrera de Contaduría Pública. Los motivos que sustentan esta diversidad de perspectivas presentes en los estudiantes de Contaduría Pública del Núcleo Universitario "Rafael Rangel" (N.U.R.R.), pueden derivarse de una cadena de factores enmarcados en ciertos rasgos de la personalidad que de acuerdo con evidencias teóricas y demostraciones empíricas se encuentran asociados a la capacidad emprendedora y que pueden ser de carácter psicológico y no

psicológico, los cuales fijan sus rasgos emprendedores.

Entre los factores psicológicos se estudian como los más comunes, el grado de motivación al logro, el grado de propensión al riesgo y el control interno; en tanto que los factores no psicológicos se pudiesen relacionar con una infancia difícil, el nivel de educación alcanzado, la experiencia laboral y los antecedentes familiares (progenitores empresarios)

Las circunstancias anteriores, pueden conllevar a una gran heterogeneidad de oportunidades laborales en el futuro ejercicio de la profesión contable por parte de los egresados universitarios. De ello pudiese desprenderse también la presencia de un escenario con dos posibilidades: éxito o fracaso a la hora de emprender; lo cual dependería por una parte de sus capacidades emprendedoras y de sus recursos, y por otra de las condiciones derivadas del ambiente respecto al sector productivo en el que planea desenvolverse.

2. Objetivo

En tal sentido, la presente investigación se propuso analizar los rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de Contaduría Pública del Núcleo Universitario "Rafael Rangel", para lo cual se determinaron los rasgos emprendedores de carácter psicológico y los de carácter no psicológico.

3. Desarrollo

3.1 El emprendedor

La literatura sobre el proceso de creación de empresas, hace énfasis en el individuo, como productor y protagonista encargado de llevar a cabo las acciones emprendedoras, el emprendedor de

negocios.

Garzón (1995) citado por Pérez y Aranda (2003), define al emprendedor como el productor de valores de mercado, que corre riesgos, que está en permanente alerta para descubrir las oportunidades de ganancias que aún no han sido descubiertas y actúa en consecuencia para aprovecharlas... Estos autores toman adicionalmente el concepto de Ibarra (2000) para definir a los emprendedores de la siguiente manera:

Son individuos con visión empresarial que manifiestan una conducta y orientan su comportamiento al desarrollo y surgimiento del espíritu emprendedor interno, generando y aprovechando ideas innovativas, desarrollándolas como oportunidades de negocio rentable, comprometiendo su tiempo y esfuerzo en investigar, crear y moldear esas ideas en negocios para su propio beneficio y el crecimiento sustentado de la firma, detectando éxitos donde otros ven fracasos o problemas y cuya fuente es la innovación, con talento y creatividad de bienes y servicios (p.3).

Debido a que el concepto del emprendedor es abordado desde distintas perspectivas y modalidades, para la presente investigación se unificó como criterio que el emprendedor es aquel individuo cuyas cualidades, aptitudes y talentos, tanto de origen innato como desarrollados durante los procesos de infancia, educación y experiencia; se reflejan en la capacidad de asumir riesgos moderados, en una alta motivación al logro de las metas y objetivos que se traza y en la capacidad de asumir con responsabilidad los resultados de sus acciones, y que por lo tanto se encuentran en plena facultad para fundar su propia unidad productiva.

3.2 El emprendedor y el ambiente

Es preciso analizar si se tiene la

capacidad necesaria para emprender en tiempos de dificultades, pues el entorno, sobre todo económico, resulta determinante y es el que permite las condiciones propicias para pensar en que vale la pena hacerlo, o por lo menos intentarlo. Aunque todo emprendedor es un buscador de oportunidades, estar consciente de ello, permite entender que existen personas que son emprendedoras sólo porque no tienen otra opción. Eso no quiere decir que no existan emprendedores de oportunidad que hayan estado forzados a crear un negocio propio; al contrario, el hecho de buscar oportunidades en el mercado los hace más emprendedores que quienes sólo tratan de sobrevivir ofreciendo bienes o servicios poco innovadores.

En teoría, los emprendedores tienen ciertas motivaciones para comenzar sus negocios. En algunos países, la apertura de nuevos mercados o la alta presencia de capital de riesgo promueven la iniciativa empresarial. En Venezuela muchas personas entran al mundo empresarial por falta de opciones, forzados a emprender negocios por necesidad más que por perseguir una oportunidad. En tal sentido, Veciana, (1998, p. 20) señala que este "factor motivante es lo que Shapero (1978), llama suceso disparador y Collins, Moore y Unwalla (1964) deterioro del rol", en el cual una serie de factores que responden a causas generalmente negativas, hacen que las personas se decidan por dar un rumbo diferente al estilo de vida que hasta ese momento traían, y es cuando se lanzan en busca de oportunidades que les proporcionen mejores formas de vivir.

También se argumenta que un entorno favorable a la actividad empresarial es aquel que no es ni demasiado rígido ni demasiado flexible. De acuerdo a

las consideraciones de Kantis, Angelelli y Gatto (2001) en entornos demasiado rígidos la empresariedad estará restringida por la existencia de élites que tienden a bloquear los canales de movilidad ascendente, manteniendo sus posiciones de privilegio y neutralizando la amenaza implícita de la aparición de nuevos empresarios.

3.3 Personalidad emprendedora

Se puede caracterizar el perfil del emprendedor en función de sus habilidades, competencias y capacidades genuinas y adquiridas. Este perfil se obtiene a partir de ciertos rasgos en común que poseen y desarrollan los emprendedores y que provienen de una perspectiva psicológica y de otra no psicológica.

3.3.a. Rasgos psicológicos

Para analizar a profundidad las características del emprendedor atribuible a factores psicológicos, diversas investigaciones entre las que se destaca la de McClelland (1961), coinciden en la identificación de tres principales rasgos a los cuales se remiten y reconocen como “distintivos” de las personas que poseen potencial para realizar actividades emprendedoras. Ellas son: la motivación al logro, el grado de propensión al riesgo y el control interno.

Motivación al logro: También llamada necesidad de logro; “este rasgo está asociado con el impulso de sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito”. Definición ésta dada por McClelland en 1961 al desarrollar su Teoría de las Necesidades (Robbins, 1999. p 175). Robbins, destaca que las personas con altos niveles de necesidad de logro, poseen fuerzas impulsoras que les activa el deseo de hacer mejor las cosas

con criterio de excelencia y eficiencia, buscando siempre la responsabilidad en su desempeño y considerándola como factor atribuible al éxito y no por suerte, por lo que se inclinan a la realización de tareas de dificultad moderada, para así asumir riesgos moderados.

La necesidad de logro lleva implícita la constancia, debido a que hace que el individuo apoye su objetivo en trabajar cada día más y de la mejor forma para garantizar los resultados. Pérez y Aranda (2003:28), conciben que la constancia “está asociada con la productividad, los valores ganados en el mercado, la prosperidad y la felicidad...”. A medida que va logrando sus objetivos, ésta necesidad de producir sigue latente en el emprendedor, más aún cuando sus ideas innovadoras lo llevan a estar siempre moviéndose y actuando en terrenos desconocidos.

Control interno: Rotten (1966), citado por Gironde (2004, p.29), define el control interno como “la creencia generalizada de que una persona puede controlar su propio destino”. Rotten estableció la hipótesis de que los individuos con control interno luchan con más fuerza para conseguir logros personales que los que creen en el destino, y que las personas que juzgan que los resultados de sus acciones no dependen de sus decisiones y de sus esfuerzos, difícilmente se decidirán por crear y dirigir una empresa. Aquellas personas que atribuyen el control de los eventos a ellos mismos, se le denota como personas que tienen “control interno”. Por tanto, el emprendedor busca el control propio de los resultados esperados, por ello se plantea metas factibles, para lograr su participación proactiva y segura.

Propensión al riesgo: La iniciativa de identificar oportunidades, trae consigo

la necesidad de adoptar conductas arriesgadas por parte del emprendedor, quien a mayor riesgo, va en busca de mayores recompensas. Atkinson (1957), plantea a este respecto que el grado de satisfacción que el emprendedor siente por un logro personal estará en función de la dificultad de la tarea. El emprendedor se caracteriza por poseer espíritu de riesgo para explotar oportunidades, mediante el planteamiento de objetivos alcanzables a fin de manejar en un futuro las posibles fallas, asumiendo para ello la responsabilidad implícita.

Es preciso mencionar que el grado de propensión al riesgo inherente a los procesos emprendedores “no se traduce sólo en riesgos financieros por el perjuicio que representa para el individuo la pérdida de capital invertido o por posibles quiebras y fracasos, sino también viene dado en los daños psicológicos a que pueden conllevar los mismos, frustraciones, decepciones, desmoralización, desaliento y pesimismo para intentarlo de nuevo” (Caude, 1973, p. 43)

3.3.b. Rasgos no psicológicos

Existen otros factores que aunque no provienen de raíces psicológicas pueden ser igualmente imputables a las aptitudes emprendedoras y por ende modelan también el perfil del emprendedor. La presente investigación consideró:

Edad y género: La edad del individuo como factor demográfico puede ser elemento atribuible a las capacidades emprendedoras; constituye un indicador que permite tener una idea general respecto a sus posibles tendencias de empresario. En realidad, la edad en que el individuo siente deseos de ser empresario no necesariamente es la misma en que logra cristalizarlo, pues por lo general vive previamente una serie de experiencias que

le permiten cultivar su idea. Se conoce una alta propensión en el individuo joven entre los 20 y 25 años a despertarse en él el deseo de independizarse al darse cuenta que el trabajo independiente le genera mayores beneficios, esto cuando sus experiencias laborales previas así lo determinan.

Pese a que no existen diferencias significativas entre el desempeño del hombre y la mujer, estudios psicológicos han encontrado que las mujeres están más dispuestas a estar de acuerdo con la autoridad y que los hombres son más propensos a crear empresas, debido a la valoración del trabajo y a las características psicológicas (Robbins, 1999, p. 44). Vainrub y Arévalo (2004), sin embargo afirman en sus estudios del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que a pesar que en muchas sociedades se considera que las mujeres no están aptas para ejercer ciertos cargos atribuidos con exclusividad a los hombres (entre ellos la creación de empresas), en Venezuela sucede lo contrario, es el país con más mujeres que están emprendiendo un nuevo negocio.

Experiencia laboral: Investigaciones recientes, han demostrado que los emprendedores que se han desempeñado en el campo laboral, presentan mayor ventaja con respecto a los que nunca han vivido experiencias de este tipo. Rubio, Córdón y Agote (1999, p. 46) afirman que “la falta de experiencia puede suponer una importante limitación para aquellos interesados en la puesta en marcha de nuevas ideas”. A través de la experiencia laboral, el emprendedor conoce el significado e importancia del trabajo en equipo, aprende a trabajar para generar intereses mancomunados y a identificarse con grupos de trabajo eficientes. Es importante destacar que la experiencia

necesaria para el emprendedor, no se traduce sólo al conocimiento del ramo o de la industria en la cual establecerá su empresa, también significa la obtención de todo un conjunto de herramientas gerenciales y la aplicación de los principios básicos de la administración que le permitan dirigir exitosamente el rumbo de su organización.

Infancia: La situación familiar por la cual ha tenido que pasar el emprendedor durante su infancia contribuye también a que llegada la etapa adulta y teniendo las herramientas para lograrlo, el individuo se decida a emprender su propia unidad productiva. Entre los problemas más críticos que atraviesa el individuo durante su infancia, y que pudieran marcar en él su potencial emprendedor, se encuentran el abandono o la muerte de los padres. “Habertenido una infancia dura, turbulenta, con escasez de recursos económicos de la familia y otras limitaciones, es factor motivante que hace que el emprendedor se preocupe y busque la manera de no vivir más dicha situación” (Veciana, 1988, p. 16).

Entre los factores positivos que pueden atribuirse a la infancia del emprendedor, se hallan el trato de los padres hacia el niño, pues son ellos los responsables de brindarles la posibilidad de sentir seguridad y autonomía a través del respeto de sus pareceres con criterio de responsabilidad como uno de los elementos imprescindibles que modela el perfil emprendedor.

Antecedentes familiares: Existen evidencias empíricas que demuestran que los grandes empresarios descienden de familias en la que algunos de sus miembros fueron autoempleados. Esto reafirma la idea de que tener un padre que fue emprendedor y participar en

actividades emprendedoras, aumenta las probabilidades de que un hijo repita este patrón de actividad al observar desde las etapas iniciales de su vida estos comportamientos emprendedores en sus progenitores, aprendiendo entonces a desarrollar la capacidad de creatividad, innovación y desarrollando un perfil psicológico acorde a lo que observa en sus padres.

4. Material y métodos

La investigación se realizó dentro de un contexto empírico con un nivel descriptivo, Méndez (2001). El estudio de los rasgos emprendedores en los estudiantes de contaduría pública del N.U.R.R se efectuó además tomando en cuenta el enfoque cuantitativo para su abordaje y posterior análisis debido a que emplea la recolección y análisis de los datos para responder a las interrogantes de la investigación.

La población estuvo compuesta por los estudiantes de pregrado en la carrera de Contaduría Pública, cursantes de los tres últimos semestres (8º, 9º y 10º) de acuerdo con el pensum de estudio establecido en la universidad (N.U.R.R.) que han aprobado el número de unidades de crédito (U.C) equivalentes al 8º semestre, es decir, a partir de 160 U.C aprobadas, según el régimen que implicaba la realización de las pasantías técnicas y profesionales, y a partir de 154 U.C. aprobadas de acuerdo al nuevo régimen, en el cual se realizan las pasantías únicas. La población, con las características descriptas, reflejo un total de 320 estudiantes, de los cuales 166 se ubicaron en el primer régimen y 154 en el nuevo régimen.

A partir de la población descrita, se seleccionó una muestra probabilística. Se tomó como base para su cálculo la

aplicación de la fórmula propuesta por Balestrini (2001). Al tratarse estudiantes universitarios integrantes de una población tan numerosa, se hace necesario dividir este universo y tomar una parte considerable y significativa para cubrir los niveles de representatividad de la población. Resultó como muestra un total de 77 estudiantes a los cuales se aplicó el instrumento, con un error estándar del 10%.

Se empleó un cuestionario, como instrumento de recolección, debido a su idoneidad para obtener información cuando la población presenta características homogéneas. El cuestionario estuvo compuesto por dos secciones: Una primera parte hizo referencia a los rasgos psicológicos, mediante el sondeo que de acuerdo a ciertos enunciados y situaciones buscaron indagar las percepciones de los estudiantes respecto a las mismas, haciendo énfasis en los indicadores respecto a los niveles de Control Interno y Motivación al Logro, medidos en una escala Likert. La segunda parte del cuestionario, donde se midieron los rasgos no psicológicos se compuso de preguntas cerradas y en ocasiones dicotómicas o de carácter excluyente, donde se obtuvo información contenida en datos demográficos y otras interrogantes que hicieron referencia a los indicadores respecto a la edad, nivel educativo, experiencia, entre otros.

Es preciso mencionar que el instrumento que se utilizó fue diseñado por Gironde A, (2004), al cual se le hicieron algunas adaptaciones en la sección correspondiente a los rasgos no psicológicos. En cuanto a la validez de criterio debe acotarse que una parte del instrumento se tomó de los que han sido aplicados en investigaciones previas y a la segunda se le hicieron algunas

adaptaciones como ya se mencionó. Con ello, se cumple con lo que Hernández, *et Al* (2003:349) llaman validez concurrente o validéz predictiva, sobre todo con esta última, al considerar la futura orientación que dentro de la función emprendedora manifestaron los actuales estudiantes.

Con respecto a la evidencia relacionada con el constructo, la relación teórica entre los conceptos está basada en las variables e indicadores objeto de estudio. Así, la tendencia que presenten los estudiantes en el proceso emprendedor estuvo condicionada y relacionada con sus rasgos emprendedores o seguidores, que basándose en resultados de investigaciones anteriores de carácter empírico, provienen de una perspectiva psicológica y otra no psicológica. Desde una perspectiva práctica, la segunda parte del instrumento se validó nuevamente, mediante la intervención de expertos familiarizados con el área de investigación, con la finalidad de evaluar su coherencia con los objetivos de la misma y según el punto de vista bajo el cual se establecieron los indicadores.

El procedimiento que se empleó para determinar la confiabilidad del instrumento fue mediante la aplicación del coeficiente de Alfa de Cronbach. Se aplicó este coeficiente para determinar la confiabilidad de la sección correspondiente a los rasgos no psicológicos, en virtud de que fue a estos a quienes se les hizo las adaptaciones necesarias para suministrarlo a la muestra, en función de totalidad de los resultados emanados de los estudiantes. Considerando el conjunto de respuestas dadas en esta sección del cuestionario, el valor de la confiabilidad que se obtuvo fue de 0,9241 (Para un total de 32 ítems y 77 casos).

A partir de una previa tabulación

y ordenación de los datos obtenidos, la presentación de los resultados que se realizó tomando como fundamento las herramientas ofrecidas por la estadística descriptiva.

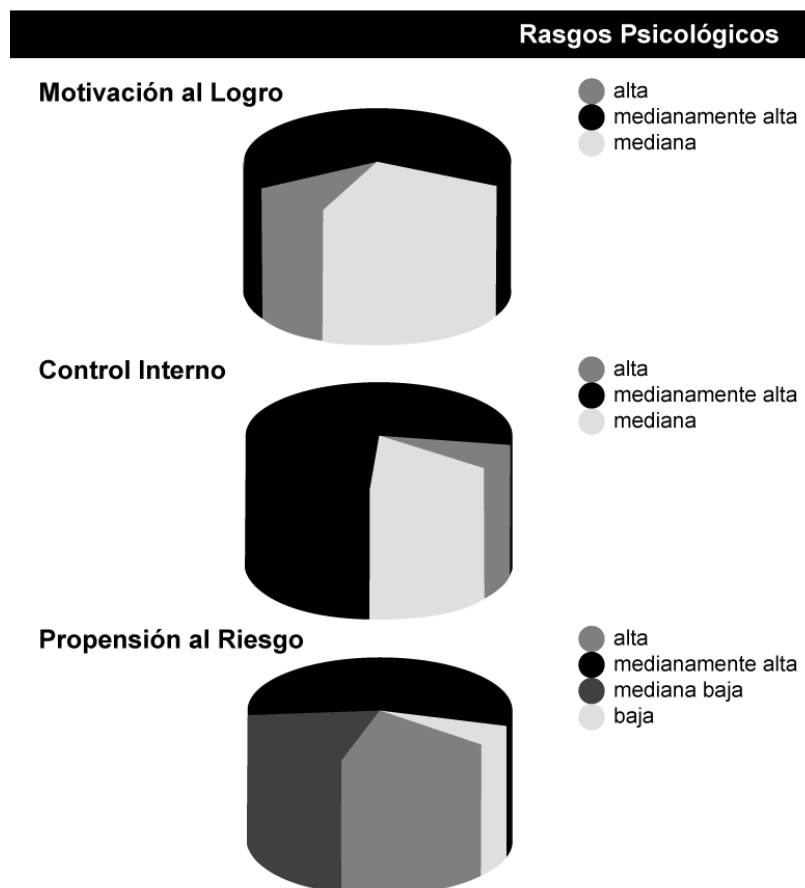
5. Resultados

5.1. Rasgos psicológicos. Partiendo de los resultados obtenidos, en los niveles de motivación al logro se puede apreciar un predominio considerablemente alto que caracteriza la personalidad emprendedora del estudiantado. En este sentido, un 27,27% reflejó tener una mediana motivación al logro, mientras que el 63,64% de la muestra sometida a este estudio, cuenta con un grado de motivación al logro medianamente alto. El 9,09% restante se identificó como personas con alta motivación al logro. (ver grafico 1)

Esto, reporta gran significado para las capacidades empresariales del futuro egresado, puesto que los estudiantes afirmaron en mayor o menor grado en los ítems expuestos, conocer sus metas y el sentido de responsabilidad que implica llevar a consecución sus planes. Igualmente, se puede confirmar que los mencionados sujetos buscan alcanzar sus propósitos con criterio de objetividad y constancia en cada uno de sus actos, convencidos de lograr vencer los obstáculos que pudiesen obstruir su desempeño.

Se encontró que los estudiantes poseen una percepción bien definida en relación al control de sus acciones. En efecto, la totalidad de la muestra se ubicó por encima de los 22 puntos (en una escala que tiene un máximo de 50 puntos). 11,69% actualmente no tienen elevados niveles de control, pero son capaces de reconocer por lo menos que las causas y consecuencias de acontecimientos ambientales, se atribuyen a su desempeño. 80,52% de los estudiantes admite poseer un nivel de riesgo medianamente alto. Es preciso acotar que aunque tampoco esta fracción afirmó tener un total control interno sobre sus actos, poseen una serie de atributos que le son propios de acuerdo a su posición de control. 7,79% restante poseen elevados niveles de control interno, en virtud de que se ubicó en el quinto rango (de 44 a 55 puntos), caracterizándose como individuos con alta proactividad en sus acciones al identificarse como personas

Grafico 1



Fuente: Instrumento aplicado en la investigación

capaces de monitorear el ambiente con criterio de responsabilidad, para obtener información y así adjudicar los resultados a su propio desempeño.

Se puede generalizar que los estudiantes de contaduría pública de NURR poseen un significativo espíritu de riesgo respecto a la toma de decisiones en situaciones de dilemas. Sólo 2,60% de la muestra manifiesta baja propensión al riesgo, son personas que aunque tengan deseos de superarse y cristalizar sus sueños, se ven imposibilitados por la falta de iniciativa y por temor al fracaso. 23,38% de la muestra, considera contar con una propensión mediana con respecto a las decisiones que implican la toma de riesgos, es decir, está dispuesta a asumir riesgos que conlleven a la realización de tareas de dificultad mediana. 59,74% refleja tener espíritu de riesgo en un nivel medianamente alto, son personas que buscan explotar oportunidades en función de objetivos alcanzables en el corto plazo. Otro 14, 29% se caracteriza por poseer elevados niveles de riesgo respecto a sus decisiones, son personas con gran sentido emprendedor, puesto que buscan alcanzar sus objetivos aportando y arriesgando todo cuanto tienen, con la esperanza de recibir un retorno de beneficios en la misma proporción.

5.2. Rasgos no psicológicos. La edad de los estudiantes sometidos a este estudio, considerada como elemento demográfico, se distribuye en su mayoría (85,71%) en rangos comprendidos entre los 20 y los 25 años. De la totalidad de la muestra, 50,65% tiene edades que se ubican entre los 20 y los 22¹ años, y 35,06% tiene edades distribuidas entre los 22 y los 25 años.

En relación con el género, la mayoría de la población estudiantil de contaduría pública es de sexo femenino, 67,53% de la muestra. Con respecto a la experiencia laboral bajo dependencia, se encontró que ésta permite emitir juicios más certeros, en vista de que constituye uno de los elementos básicos para determinar capacidades emprendedoras, debido al conocimiento directo de la realidad en la actividad empresarial. En este caso, 70,13% de la muestra de estudiantes ha tenido experiencia laboral. Esta condición refleja que teniendo los conocimientos básicos del ambiente empresarial, los futuros egresados pueden, con la ayuda de las herramientas cognoscitivas adquiridas durante la carrera y habiendo interactuado en materia de trabajo en equipo, emprender exitosamente su idea empresarial, por tanto conoce los niveles de responsabilidad que implican.

Por su parte, 22,08% de los estudiantes ha tenido experiencias laborales con una duración aproximada de hasta 6 meses. Por lo general, este grupo de personas son aquellas que han tenido empleos cortos, pero puede que en número alcancen más de 3 experiencias. También en este grupo se ubicaron aquellos estudiantes que nunca han experimentado relaciones laborales propiamente dichas, bajo remuneración, sino que sólo han interactuado con empresas durante el proceso de pasantías profesionales. 29,87% no tiene ningún tiempo promedio de duración en relaciones laborales, puesto que no han tenido nunca experiencia laboral bajo dependencia.

Es tan importante la experiencia en número como en tiempo de duración de

¹ En el primer grupo están ubicados los estudiantes hasta el día que cumplen los 22 años, mientras que en el segundo grupo están ubicados entre 22 años cumplidos y 25 años

cada una de ellas, porque el transcurso del tiempo y la estadía en una empresa, es lo que da pie a la apertura de la mentalidad empresarial y abre la brecha hacia la detección de oportunidades de negocio rentables, pudiendo surgir ideas innovadoras que nacen a partir de una inquietud observada en el tiempo que lleva el individuo laborando bajo dependencia.

En líneas generales, se pudo percibir que mayoritariamente el tiempo acumulado en experiencias laborales de los estudiantes se ubica entre menos de 1 año y 2 años y que son pocas las personas que logran acumular más de 2 años, lo que hace deducir que los empleos obtenidos por los estudiantes o son de corta duración o son pocos. Tomando en cuenta los resultados obtenidos, se percibe que los estudiantes sometidos al estudio han sentido la necesidad de crear una empresa entre los 15 y 20 años de edad, lo que representa 40,26%. Esto se traduce en una interesante condición positiva en la actitud hacia la creación de empresas. 33,77% de los estudiantes afirma haber sentido deseos de emprender entre los 20 y 30 años de edad; esta proporción es igualmente significativa, puesto que en este rango de edad se ubican los estudiantes que actualmente están culminando sus estudios superiores y existe una fuerte inclinación a emprender un negocio al egresar de la universidad.

Sin embargo, existe 10,39% de los estudiantes que sintió la necesidad de crear un negocio independiente, durante la etapa de la adolescencia, es decir; entre los 10 y 15 años de edad, lo cual refleja que aunque la proporción no sea muy elevada tiene gran importancia desde el punto de vista de la valoración del trabajo independiente, por implicar en el estudiante traer el deseo de emprender desde muy temprana edad.

Las ocasiones en que el individuo ha intentado crear una empresa son igualmente importantes para fortalecer el espíritu emprendedor, más aún cuando tratan de experiencias en las cuales no ha podido cristalizar su empresa, pues se refuerza la perseverancia y el deseo de ser cada vez más competitivo. A este respecto, las ocasiones en que los estudiantes han intentado crear una empresa entre 1 y 3 veces representan un total de 49,35%, distribuido en 32,47% para aquellos que lo han intentado 1 vez, y 16,88% para los que lo han hecho en 2 o 3 oportunidades. Sin embargo, la mayor proporción de la muestra (50,65%) se concentra en la manifestación de no haber intentado alguna vez crear una empresa. No obstante, 49,35% es muy significativo para fines del presente estudio, ya que al considerar estudiantes universitarios que en su mayoría no mantienen un nivel de ingresos que les permita llevar a cabo su idea, el hecho de haberlo intentado en 1, 2 o 3 oportunidades, representa gran aporte a su propia concepción emprendedora, debido al sentido de constancia en sus decisiones de crear una empresa.

La experiencia en el campo empresarial del estudiante también se ve reflejada en la percepción que poseen respecto a sus expectativas al egresar de la universidad. En este sentido, al mostrar intenciones o planes de emprender se va perfilando su espíritu emprendedor, en virtud de que piensa objetivamente en la puesta en marcha de sus ideas y proyectos innovadores, gracias a la experiencia adquirida en organizaciones incubadoras y a los conocimientos propios y herramientas gerenciales que le brinda la carrera universitaria.

La actitud hacia la creación de una empresa al obtener el título de licenciados en Contaduría Pública, es muy favorable en

estos estudiantes, 85,71%, manifestaron tener firmes intenciones de crear su propia unidad productiva una vez culminada la carrera. Por supuesto, debido a que el trabajo del Contador Público abarca muchos campos de actuación, el ejercicio independiente en oficinas contables fundadas por sus propios contadores, es lo que predominantemente planean establecer los futuros profesionales contables.

El principal impulso que manifiestan los estudiantes como favorable para llevar a cabo su proyecto empresarial es la formación de una sociedad con una persona que posea capital suficiente para apoyar su idea, reflejando un 29,87% de las respuestas. 25,97% de los estudiantes, califica como impulso positivo hacia la decisión de crear una empresa, obtener un capital en préstamo bajo condiciones muy favorables para su amortización. Es natural que las respuestas reflejen tendencias hacia el apoyo de un tercero, pues en su gran mayoría la condición de recién egresados no les permite alcanzar un nivel de inversión verdaderamente significativo. 20,78% de los estudiantes valora como factores negativos que le impulsarían la decisión de emprender, los obstáculos a la carrera profesional dentro de la empresa donde preste sus servicios, mientras que 19,48% considera que un ambiente de trabajo hostil dentro de la empresa donde se desempeñan, constituye una razón negativa y suficiente para tomar la decisión de independizarse creando su propia empresa.

Las circunstancias económicas que el individuo ha tenido que vivir durante su infancia, también es tomado en consideración para determinar las propensiones empresariales en los estudiantes. En efecto, 55,84% de los estudiantes afirma haber tenido una

infancia donde su situación económica fue favorable, lo que quiere decir que no han tenido problemas para satisfacer sus necesidades en esta etapa. Sin embargo, 20,78% de los estudiantes revela haber tenido una infancia dura, precaria, llena de dificultades y problemas económicos, y cuyo nivel de satisfacción de necesidades fue considerablemente bajo.

De acuerdo con los estudios realizados en materia de empresas, al analizar al individuo durante su infancia, se puede aseverar que aquellos que han vivido una niñez con problemas económicos, han tenido que trabajar a muy temprana edad, pues las circunstancias así lo ameritan. La ocupación de los padres como ejemplo a seguir, constituye un factor importante para las labores futuras de los hijos, puesto que en muchos casos, estos suelen repetir patrones de trabajos realizados por sus padres.

En esta investigación se encontró que 15,58% de los padres y 3,9% de las madres de los estudiantes se dedican a ejercer una profesión de libre ejercicio, mientras que 12,99% de los padres de los estudiantes y 2,6% de las madres son empresarios. 5,19% de los padres y 1,3% de las madres ocupan en este momento un cargo directivo dentro de una empresa, 9,09% de los padres y 11,7% de las madres son empleados administrativos. De los estudiantes (55,84%), manifiestan tener familiares empresarios, lo que significa que poseen como antecedentes empresariales la existencia de algún empresario en la familia, lo cual representa un aporte realmente significativo y una gran ventaja respecto a los que no cuentan con ningún familiar empresario (44,16%) a la hora de decidir emprender un negocio por muchas razones entre las que se pueden destacar el conocimiento que a través de los años

ha podido percibir en el negocio de su familiar, y también porque constituye un incentivo a buscar soluciones innovadoras al contar con una persona muy cercana que le puede aportar una riqueza de conocimientos sobre la empresa, su funcionamiento y sus responsabilidades implícitas.

De los estudiantes que tiene familiares empresarios (55,84%), se halla distribuido según distintos parentescos a saber, en efecto, 22,08% de los estudiantes manifiesta tener algún tío o tía que se dedica a la actividad empresarial, 11, 69% se repite en dos oportunidades en las respuestas, al afirmar contar con alguno de los abuelos o hermanos como empresario en la familia. Por otra parte, 7,79% de los estudiantes tienen algún primo empresario, y 2,60% tienen familiares empresarios con parentescos distintos a los anteriores. 44,16% restante, no tiene ningún familiar empresario.

6. Conclusiones

La personalidad emprendedora que caracteriza a la población estudiada puede categorizarse como atractiva desde el punto de vista psicológico, en virtud de que, aunque los mencionados sujetos no se hallaron en un todo en los niveles calificados como óptimos para llegar a ser emprendedores ideales, los resultados emanados reflejan gran esperanza y significado para los estudiantes de la carrera de contaduría pública. No obstante, aunque no es una razón justificante, es normal que debido a que la gran mayoría de los futuros egresados jamás han emprendido formalmente un negocio, no posean las cualidades psicológicas que identifican al emprendedor.

En efecto, el nivel de motivación al logro se encuentra en una posición

bastante alentadora en relación a lo que el estudiante es capaz de planificar y proyectar en el futuro. Como este elemento hace énfasis en el manejo de resultados y en la retroalimentación de la acción, la necesidad reflejada por los estudiantes en el logro de sus propósitos, se percibe en la tendencia demostrada a través de sus moderados niveles de perseverancia, manifestados en el test psicológico respecto al enfrentamiento de posibles obstáculos.

Con referencia al grado de control que los estudiantes manifestaron tener sobre sus acciones, se pudo encontrar que casi la totalidad de la muestra reflejó ser personas que atribuyen el control de los eventos a ellos mismos, anticipándose a las posibles consecuencias de su desempeño en el futuro. Se puede sustentar esta tendencia con el hecho de que los futuros profesionales están dispuestos a tomar decisiones que impliquen el protagonismo de gestiones proactivas, como uno de los elementos imprescindibles en las cualidades psicológicas del emprendedor. El espíritu de riesgo que reflejaron los resultados, constituye igualmente un importante elemento psicológico en relación a sus planes en el futuro. Por ello, aunque los rangos dentro de los cuales se encontraron los estudiantes no fueron los de mayor categoría, los mismos tienen grados suficientes para llegar a cristalizar sus ideas con criterio de prudencia y mediante un correcto asesoramiento para la toma de decisiones que implican riesgo.

Lo anterior, hace pensar que en el aspecto psicológico estos individuos se encuentran potencialmente preparados para ir al encuentro de sus ideas y proyectos emprendedores. La personalidad emprendedora que modela a estos futuros profesionistas es considerablemente

importante, en vista de que los rasgos de naturaleza psicológica, por lo general son complejos de determinar.

Con respecto a los rasgos no psicológicos, se sabe que los mismos están en función de las características demográficas de la población. Es preciso aclarar que aunque esta investigación no realizó análisis correlativos, se pudo observar, que no existen diferencias significativas entre los estudiantes más jóvenes con respecto a los de mayor edad sobre la valoración del trabajo y la importancia de las experiencias laborales en el tiempo.

En primer lugar, independientemente del género y de la edad del estudiante, la experiencia laboral bajo relación de dependencia representó en gran escala un aporte al desarrollo de capacidades empresariales a través del tiempo. Esta relevancia se justifica por el hecho de que la mayoría de los futuros egresados han vivido experiencias laborales, por ende conocen el ambiente empresarial y gracias a ellas se han despertado capacidades antes no explotadas. Adicionalmente, en el presente estudio, se encontró una diversificación en el conocimiento de sectores empresariales por parte de los estudiantes, puesto que reflejaron haberse desempeñado en múltiples labores.

La experiencia empresarial previa a todo proceso emprendedor, considerada no sólo como la vivencia directa con el entorno organizacional, sino también como la que encamina a través de las propias acciones del individuo su final concreción, constituye el reflejo de perseverancia en relación al número de veces en que ha intentado crear una empresa. Los estudiantes que manifestaron sentir alguna vez el deseo de ser fundadores de su propia empresa; no obstante,

se observa que estos anhelos se han despertado después de haber iniciado el proceso de pregrado en la universidad, en virtud de que la carrera para la cual se han estado preparando ofrece grandes expectativas de trabajo independiente.

Realmente, son pocos los estudiantes que reflejaron que desde la niñez o durante la adolescencia han sentido la necesidad de independizarse y de crear su empresa. Los intentos que han realizado por montar su empresa han sido pocos, y oscila entre una y tres veces, pero la mayor inclinación se ubica en que en ninguna oportunidad han intentado crear un negocio independiente. Probablemente, sea por las circunstancias económicas que caracteriza a los estudiantes, pues si bien es cierto que algunos de ellos cuentan con quien le apoye con la base económica para llevar a consecución su proyecto, no todos tienen esta oportunidad.

En relación a los impulsos que generarían en los estudiantes la decisión de crear su propia empresa, calificaron como principal suceso disparador positivo, la oportunidad de formar una sociedad con una persona que apoye su idea. Se pone aquí de manifiesto, la falta de base económica, más aún cuando en ejercicio incipiente de sus labores profesionales no posee todavía mayor experiencia. En un segundo término, el suceso disparador negativo en que hicieron más énfasis los estudiantes fue el de la presencia de posibles obstáculos al desarrollo y crecimiento profesional, en la empresa en que trabajan. También se refleja aquí el deseo a la adquisición de experiencias previas al emprendimiento, con la salvedad de que estos estudiantes consideran que de presentarse problemas en las relaciones laborales, en función de su carrera profesional, no continuarían

allí y decidirían independizarse económicamente, creando su propia unidad productiva.

Por otra parte, la situación familiar y la infancia cobran especial interés en esta investigación para determinar las capacidades emprendedoras, debido a que todo individuo refleja en la etapa adulta lo que fue en su niñez, cómo fue y lo que significó en su vida desde el punto de vista afectivo y económico. Los estudiantes, demostraron en este sentido haber transcurrido una infancia que se caracterizó en gran parte, por presentar circunstancias económicas favorables. Sin embargo, existe una porción de ellos que manifestaron haber tenido una infancia dura y precaria económicamente, esto estimula el sentido emprendedor una vez llegada la etapa adulta, puesto que luchan por alcanzar un nivel de vida más cómodo al que vivieron durante su infancia, además para evitarles la misma vivencia a sus hijos.

Los antecedentes familiares del emprendedor igualmente resultan muy significativos para detectar en el individuo habilidad para los negocios, en vista de que este busca repetir patrones de desempeño observado en sus padres o familiares cercanos. Sin embargo, la vivencia directa y el ejemplo a seguir, no se garantiza del todo, pues de 77 sólo 10 personas tienen padres empresarios, y 2 tienen madres empresarias. Los demás parentescos hicieron alusión a tíos, hermanos, primos, abuelos y otros familiares.

7. Consideraciones finales

Es preciso revisar los planes tradicionales de estudio de contaduría pública, de manera tal que en tanto forman competencias profesionales en un campo

específico del conocimiento, también fomenten y fortalezcan comportamientos y prácticas emprendedoras ejemplares en sus alumnos. El pènsum de estudio de esta carrera, podría contemplar asignaturas relativas al proceso emprendedor, sin embargo, es preciso también que no se limite al conocimiento del plan de negocios, herramientas gerenciales, de mercadotecnia, ámbito económico, entre otras, sino dentro de estas mismas asignaturas debería incluirse el estudio de la personalidad del emprendedor ideal, sus habilidades, capacidades, talento, en función de los rasgos psicológicos a que se refirió la presente investigación, pues ello ayudará al reconocimiento de aptitudes emprendedoras por parte del propio estudiante.

En vista de que el principal impulso positivo a que se refirieron los sujetos de la muestra en esta investigación, fue la de la formación de una sociedad con otra persona, es recomendable que se realicen investigaciones integrales con respecto a aquellos estudiantes que están dispuestos a asociarse con otros que les brinden apoyo desde el punto de vista financiero. Se hace necesario conocer e interactuar con lo que podría ser su empresa en el futuro. Sólo así se van cultivando ideas, se van creando las bases que realmente cimientan sus capacidades emprendedoras en el mundo empresarial, contribuyendo así a la promoción del espíritu empresarial. El sistema educativo debería destacar las actuaciones que impliquen el conocimiento de la iniciativa, la creatividad, la diversidad y la innovación como valores deseables en la sociedad.

Como el proceso académico implica el desarrollo de las pasantías en una empresa por parte del estudiante, es importante mejorar los mecanismos de interacción que el pasante tiene con la

empresa, puesto que la misma constituye una experiencia laboral, en la cual puede llegar a desarrollar habilidades gerenciales básicas, en lugar de realizar actividades rutinarias y teóricas, pues ello garantiza que las mismas sirvan también de incubadoras y así el estudiante vaya creándose una visión prospectiva a favor de un emprendimiento en el futuro, sobre la base de las debilidades y oportunidades detectadas en el campo.

Referencias Bibliográficas

- Arévalo, G. (2004). **Emprendedor de hoy**. El Universal – edición aniversario, 2-18, Caracas. Venezuela.
- Balestrini (2001). **Cómo se elabora un proyecto de investigación**. 5ta ed. BL Consultores Asociados. Caracas: Servicio Editorial.
- Brockhaus, R. (1980). **Risk taking propensity of entrepreneurs**. *Academy of Management Journal*, vol. 23 N°3: 509-520.
- Carland, J., Hoy, F. (1988). **“Who is an entrepreneurs?” Is a question worth asking**. *American Journal of small Business*, vol. 2 N°4: 33-39.
- Caude, R. (1973). **Organización general y estructura de la empresa**. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Driessen, M. Zwart, P. (1999). **The role of the entrepreneurs in small business: the entrepreneurs scan**. University of Groningen, The Netherlands.
- Girondo, A. (2004). **Rasgos y redes de trabajo de los empresarios del sector de tecnologías de la información y comunicación (TIC's) en el estado Mérida**. Trabajo especial de grado. Publicado. Universidad de Los Andes. P. 172
- Hernandez, R.; Fernandez, C.; Batista, P. (2003). **Metodología de la investigación**. México: McGraw Hill Interamericana, S.A.
- Kantis, H. Angelelli, P. Y Gatto, F. (2001) **Nuevos emprendimientos y emprendedores: ¿de que depende su creación y supervivencia? Explorando el caso argentino**. Disponible: <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/littec-DT2001-02.pdf>, consulta: 2005: mayo 12.
- Lafuente, A., Salas, V. (1989). **Types of entrepreneurs and firms: the case of new spanish firms**. *Strategic Management Journal*, N°10: 17 - 30
- Mendez, C. (2001). **Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación**. McGraw Hill Interamericana, S.A. Bogotá.
- Miner, J.; (1996). **Evidence for the existence of a set of personality types, defined by psychological tests, that predict entrepreneurial success**. USA: Babson College.
- Pérez, L. Aranda, A. (2003). **Razones que citan los egresados en administración para no emprender**. Disponible: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/raznoentr.htm>, consulta: 2005: enero 04
- Robbins, S. (1999). **Comportamiento organizacional, teoría y práctica**. 3ra ed. Editorial México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A..
- Romero, C.; Salom, M. (1990). **Inventario MPL**, Centro de Investigaciones Psicológicas, Facultad de Medicina, Universidad de Los Andes. Venezuela.
- Rotten, M., Hopper, L., Wright, A. (2000). **Locus of Control and Entrepreneurs in a Small Town**. *Small Business Advancement National Center, University of Arkansas*.
- Rubio, E.; Cordon, E.; Agote, L. (1999). **Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo**. *Revista europea de dirección y creación de la empresa*. Vol. 8, N°3: 37 – 52.
- Sole, F.; Julien, P. (1998). **Creación de empresas, empresario, pyme y universidad**. VIII Congreso Nacional de ACEDE. Empresa y economía Institucional. Vol.21 : 551 -575.
- Vairub, R. Y Arévalo, G. (2003). **Global entrepreneurship Monitor**. Disponible: http://www.iesas.edu.ve/newsite/academia/doc/informe_GEM.pdf, consulta: 2005: enero 10.
- Veciana, J. (1997). **¿Emprendedor o empresario? Innovando**, Boletín del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad de ICESI, 17: 1.
- Veciana, J. M. (1988). **Empresario y proceso de creación de empresas**. *Revista Económica de Catalunya*, vol. 8: 2 - 34.

Diseño del Multimedia Sistema de Costos Predeterminados

Olga Rosa Molina de Paredes

Licenciada en Contaduría Pública
Magíster Scientiae en Administración.
Profesora Asociada de la Facultad de Ciencias
Económicas y Sociales-ULA.
molinap@faces.ula.ve

Recibido 10/01/2007 - Revisado 09/03/2007 - Aceptado 30/03/2007

Resumen

En la cátedra de contabilidad de costos de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES) de la Universidad de Los Andes, se está trabajando para adaptar el proceso de enseñanza- aprendizaje a las nuevas tecnologías. Se requieren nuevas estrategias para el dictado de los costos predeterminados, por lo que se planteó como objetivo general: Diseñar un multimedia de costos predeterminados, que facilite la comprensión y el aprendizaje de este sistema. La investigación fue de naturaleza descriptiva, aplicada y experimental, de carácter inductiva; el método utilizado fue la observación, acompañada de investigación documental. Se concluye que la inclusión de las Nuevas Tecnologías de Información como recursos didácticos para favorecer el proceso de enseñanza – aprendizaje es parte de la función que nos corresponde como educadores en una sociedad multimedia. Se recomienda, impulsar la reflexión y toma de conciencia de la innovación técnica en la enseñanza, así como una labor de formación y motivación del profesorado de las demás cátedras.

Palabras claves:

Costos predeterminados, enseñanza, aplicación multimedia, tecnología.

Abstract

At the Accounting Costs Area at the Social and Economic Sciences Faculty, University of the Andes, some members have been doing research in order to adequate the teaching-learning experience to the newest technologies. New strategies are required in the pre-determinating costs teaching, so it follows that a general aim is also required: how to design a pre-determinating costs multimedia that could help its teaching and comprehension. The research has a descriptive, applied and experimental nature and it is also inductive. The methodology used was the observation and the documentary techniques. The conclusion the paper reaches is that to include de newest IT technologies as didactical resources to favor the teaching-learning experience should be part of our function as academics in a multimedia society. It is recommended to encourage reflection and to be conscious of the teaching technical innovation and of the incentives to replicate it in other academic areas.

Key Word:

Costos predeterminados, enseñanza, aplicación multimedia, tecnología.

1. Introducción

Las metodologías tradicionales (presenciales, memorísticas, formalistas, pasivas), se agrupan en una serie de métodos de enseñanza que en su tiempo se consideraron un gran avance, pero que hoy no pueden competir con los adelantos tecnológicos en materia de comunicación.

Actualmente, la irrupción de los recursos informáticos interactivos en el campo educativo genera una serie de inquietudes respecto del presente y futuro de la educación. Servicios como el e-mail, foros de discusión, trabajos en grupos, acceso a la información más diversa, educación a distancia, comercio y marketing electrónico son ya una realidad. Las interconexiones de esta red se extienden a juegos y museos virtuales, en medio de aplicaciones que están siendo desarrolladas para difundir las bondades de la red y para comprobar los límites de la tecnología.

Las redes informáticas, hoy son accesibles tanto para las corporaciones, como para las instituciones de investigación, las universidades, las personas comunes, a través de una conexión particular o en el lugar de trabajo, en los laboratorios de las universidades o de los colegios. Por ello, el proceso de enseñanza, a nivel superior, debe tomar otro rumbo; utilizar estrategias que le permitan al estudiante dominar habilidades, destrezas o conocimientos, para que durante su desempeño en el campo laboral sea capaz de resolver los múltiples problemas que se le puedan presentar y, tomar las mejores decisiones para fomentar el desarrollo de la empresa u organización y del país mismo. Además. "...ser útil y productivo en las sociedades donde viva, y alcanzar un equilibrio interno que le proporcione satisfacción" (Duplá F. (1999, p. 1).

Según García A y Ruiz E (1997, p. 949) "...los procesos de enseñanza-aprendizaje son dos procesos paralelos e inseparables: uno exterior controlable por el profesor, otro interior, hipotético, que se da dentro del alumno. La variable "independiente" (causa) es la enseñanza y la variable "dependiente" (efecto) es el aprendizaje".

Lo que un individuo aprende, o no aprende, está considerablemente determinado por las técnicas y procedimientos que se emplean al intentar enseñarlo. Si la actividad predominante la ejecutan los alumnos (orientados, ayudados y motivados por el profesor), son éstos quienes más aprenden, que en definitiva es el objetivo que se persigue.

Es por eso, que en la cátedra de Contabilidad de Costos, de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes, se están dando los primeros pasos hacia un proceso de enseñanza adaptado a las nuevas tecnologías como el uso de página Web, mapas conceptuales y multimedia. Por cuanto, las clases sobre los costos de producción, particularmente los costos predeterminados, exigen la adopción de otras estrategias que complementen las clases presenciales o la aplicación de los métodos expositivos como única alternativa de intercambio de conocimientos. Entonces, es el momento oportuno para aprovechar las bondades que nos ofrece la tecnología como herramienta de aplicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Ante el problema presentado con la enseñanza del sistema de costos predeterminados, y tomando en cuenta la necesidad de utilizar otra metodología que los motive y les facilite el aprendizaje del mismo, es pertinente diseñar un

multimedia para enseñar el sistema de costos predeterminados a los estudiantes de pregrado, que están cursando o cursarán la asignatura Contabilidad de Costos II, de las carreras de Administración y Contaduría Pública.

2. Las nuevas tecnologías

Las Nuevas Tecnologías, quizás no tan nuevas, se han convertido en un embrujo para todos los campos de trabajo, no escapando del mismo, el educativo. Cuando nos referimos a las nuevas tecnologías, inmediatamente las asociamos a esos más o menos sofisticados recursos didácticos como los computadores, video interactivo, proyectores, lectores digitales, multimedia, entre otros; que aunque tengan tiempo disponibles en el mercado, ahora es que empezamos, poco a poco, a disponer de ellos en nuestras aulas incorporados a la enseñanza formal.

Tal afirmación se fundamenta en la iniciativa que ha tenido la cátedra de contabilidad de costos de diseñar un multimedia que integre el contenido programático de una de las asignaturas que conforman los pensum de estudio de las carreras de Ciencias Administrativas y Contaduría Pública, habiéndose construido para este momento el Multimedia Sistema de Costos por Procesos y el que se presenta en este trabajo: Multimedia Sistema de Costos Predeterminados.

Belisle y Linard (1996) citados por Gutiérrez (1997) distinguen cinco tipos de herramientas que, según ellos, constituyen la base de lo que se ha dado en llamar Tecnologías de la Información y Comunicación:

- El correo o mensajería electrónica, es uno de los servicios más útiles y

utilizados de Internet y las redes de comunicación.

- Multimedia interactiva, producto relacionado con el tratamiento de imágenes o sonido que buscan campo dentro de la informática.
- Herramientas de trabajo en grupo, o aquellas aplicaciones informáticas que facilitan el trabajo entre varias personas de forma simultánea, sin coincidir en el tiempo ni en el espacio.
- La teleconferencia, es una modalidad de mensajería electrónica donde no se deja mensaje en el buzón del o de los destinatarios, sino que todos participan simultáneamente teclando sus mensajes. Si en la comunicación se utilizan imágenes y sonidos, sería videoconferencia.

3. La educación al compás de la crisis

Así como se dio el proceso de la Revolución Industrial de la misma forma se han dado los cambios en la era de la información, aunque se puede asegurar que con mayor velocidad, caracterizada ésta por las Nuevas Tecnologías de Información y los Medios de Comunicación: "...la digitalización (con la consiguiente integración de lenguajes) y la distribución ramificada de la información" (Gutiérrez, 1997).

Las aplicaciones multimedia se generalizan a partir de los años ochenta. Es la compañía Apple la que introduce y comercializa en esta década un nuevo producto en el mercado: "un ordenador con capacidades avanzadas de manejo de imágenes y sonidos, así como una

interesante interfaz gráfica de usuario que facilita en gran modo la accesibilidad a la máquina” (Martínez *et al*, 2002, p. 1).

El Multimedia es uno de los sistemas que debido a la fuerza de la evolución y expansión de los medios electrónicos viene a resolver algunos de los problemas presentes en la enseñanza. El término multimedia quizás sea nuevo, pero el concepto ya era usual en tecnología educativa. Pues, cuando nos referíamos a aquellos materiales incluidos en paquetes didácticos, en kits, que suelen contener al mismo tiempo libros y material escrito complementario, instrucciones, cassetes y algún tipo de documento visual y audiovisual, estábamos hablando de sistemas multimedia.

En la actualidad, el profesor emplea algunos medios audiovisuales, incluso algunos computadores, pero los utilizan en el contexto de la clase tradicional, donde la comunicación proviene directamente del profesor, casi de forma exclusiva. Constituyen ayudas instructivas para completar la acción magistral. Es de advertir que, “... la digitalización y el tratamiento informático de la información audiovisual, así como la conjunción de medios, no nos permiten hablar ya de las tecnologías de la información y de las tecnologías audiovisuales por separado” (Gutiérrez, 1997).

La introducción de nuevas herramientas tecnológicas en el campo de la educación, es parte del proceso de reforma que está experimentando el proceso educativo, donde el docente es responsable de la innovación en la actividad pedagógica, lo cual supone una reflexión y una toma de conciencia acerca de la necesidad de renovación de las concepciones tradicionales principalmente de las prácticas didácticas.

4. Definición de multimedia

Gutiérrez (1997, p. 6) presenta los diversos significados que se le han dado al término multimedia, tomado de distintas fuentes:

- Con el término multimedia se distingue cualquier producto hardware o software que tenga cualquier relación con el sonido y el video por ordenador (Jaime de Yraolagoitia en la revista PC World, Nov.- 94).
- Normalmente, se denomina multimedia, cualquier sistema, hardware o aplicación, destinado a la integración, dentro de un sistema informático, de información derivada de distintas fuentes, como pueden ser audio, video, hipertexto, etc. (En curso Multimedia para PC y CD-ROM. N° 11. septiembre, 95. EASA).
- ... apoyo comunicativo basado en la integración de diversos medios digitales para la creación de un documentos multisensorial e interactivo (En Comunicación multimedia. PC-Magazine, Sep- 94).
- Multimedia no es un producto, ni siquiera una tecnología. Debemos verlo mejor como una plataforma: una combinación de elementos (equipos y programas) que juntos contribuyen a un entorno informativo multisensorial (Del programa informático Icon Autor. Aparece en una de las pantallas o páginas).
- ... cualquier software donde

se usen los cuatro principales medios de comunicar (texto, audio, imágenes y lógica) tanto en un ordenador como en un dispositivo híbrido de vídeo analógico y ordenador (Osborn, 1990. Pág. 359).

Las definiciones dadas tienen algo en común o son similares, participan medios que pueden ser elementos distintos interconectados, presentados como módulos o un único producto. Generalmente se le llama computador multimedia.

Martínez *et al*, (2002) selecciona la explicación de Mirabito (1998, p. 143) al término multimedia. Según él, es un documento informático para la educación, sea bajo soporte físico (CD-ROM, DVD,...) sea bajo soporte on-line, que integra diferentes tipos de medios en un solo documento (...) texto, gráficos, sonido digitalizado, vídeo y otros tipos de información.

En tal sentido, el Multimedia Sistema de Costos Predeterminados, objeto de esta investigación, es un modelo instruccional bajo soporte físico CD-ROM, ya que representa una estrategia para ser utilizada en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Contabilidad de Costos II, especialmente en los Costos Predeterminados. En el mismo, se procesan textos, imágenes y gráficos, es modular y de estructura no lineal, siendo el resultado final un producto nuevo.

5. Diseño Instruccional y la Aplicación del Multimedia

Según Yukavetsky (2004, p. 1) el modelo instruccional es el esqueleto procesal sobre el cual se produce la instrucción de forma sistemática, sobre

la base de teorías del aprendizaje. Incorporandoloselementosfundamentales del proceso de Diseño Instruccional que incluye el análisis de los participantes, la ratificación de metas y objetivos, el diseño e implantación de estrategias y la evaluación. Por ello, Yukavetsky define al **Diseño Instruccional**, como: “un proceso sistemático, planificado y estructurado donde se produce una variedad de materiales educativos atemperados a las necesidades de los estudiantes, asegurándose así la calidad del aprendizaje”.

El Proceso de Diseño Instruccional (2005) de un multimedia se ubica en un nivel de descripción abstracto, en el que se van a desarrollar mecanismos para describir de forma independiente de la tecnología, todos aquellos elementos que constituyen un entorno educativo. El objetivo es presentar un entorno que defina todos los aspectos relativos al contenido, propósito docente, estructura y actividades. Esta representación se convertirá en un escenario real, donde desarrollar una actividad educativa (Documento disponible en <http://sensei.ieec.uned.es/miguel/tesis/node19.html> Visitada el 02/12/05).

Las fases del Diseño Instruccional Multimedia, son:

- Detectar las necesidades de aprendizaje o problema instruccional.
- Identificar las metas instruccionales.
- Jerarquizar y analizar las metas instruccionales.
- Determinar los alcances del aprendizaje.

- Desarrollar las evaluaciones involucradas en el proceso.

5. El multimedia en la enseñanza universitaria

La educación en la realidad actual no puede considerarse como tal si no incluye una preparación que le permita convivir con las nuevas tecnologías, por eso la enseñanza y el concepto de espacio educativo deben ser revisados.

En tal caso, el papel de la docencia debe tomar otro rumbo como actividad profesional, donde se involucre la transformación de actitudes y conductas de docentes y alumnos, y se disponga de conocimiento especializado y habilidad para incorporar al estudiante de manera activa dentro del proceso formativo, "... no como receptor pasivo de verdades ya elaboradas, sino como creador de un saber propio, en tanto que redescubre e interpreta, con base en su formación académica y su experiencia social, el conocimiento existente" (Ruiz y Rojas, 2001, p. 59).

Los mismos autores aprecian el aprendizaje como un proceso de construcción del conocimiento y de la propia personalidad del individuo, en nuestro caso, el alumno. Los elementos formativos deben ofrecerse en todas y cada una de las asignaturas o módulos, porque de este modo perduran por más tiempo y permiten que los alumnos se comprometan con su propia formación y adopten frente a su vida académica, profesional y social, una posición reflexiva y crítica.

La aplicación del multimedia es apropiada para la educación superior, por los cambios que se están planteando en la actualidad, como los nuevos planes

de estudios, la libertad del estudiante para diseñar sus propios currícula, la introducción progresiva de nuevas tecnologías y los mismos cambios sociales, políticos y económicos que estamos viviendo, los cuales exigen un giro en la enseñanza y en los espacios universitarios, como se ha expuesto previamente en este trabajo.

6. Metodología para el diseño instruccional del multimedia

El diseño del multimedia sistema de costos predeterminados se sustentó en la teoría del constructivismo, por cuanto se introduce una dinámica para construir y reforzar el conocimiento.

El tipo de estudio de esta investigación fue de naturaleza descriptiva, por cuanto identifica formas de conducta y actitudes de los estudiantes de contabilidad de costos hacia el estudio del sistema de costos predeterminados; aplicados y experimentales, puesto que consiste en someter a un grupo de individuos (estudiantes) a determinadas situaciones o estímulos, para observar los efectos que se producen (Arias, 1999).

En cuanto al **método de investigación** utilizado es la observación, pues se trata de advertir los hechos como se presentan, de una manera espontánea y, consignarlos por escrito. De carácter **inductiva**, ya que la investigación parte de la observación de fenómenos o situaciones de carácter particular que enmarcan el problema de investigación.

También, se complementó con investigación documental, revisión de material bibliográfico sobre el sistema de costos predeterminados y sobre la teoría existente relacionada con el desarrollo de las Nuevas Tecnologías y su aplicación en el proceso de enseñanza- aprendizaje.

7. Diseño del multimedia

En base al problema planteado se construyó el Multimedia Sistema de Costos Predeterminados, siguiendo la metodología existente para el Diseño Instruccional. Este multimedia es modular y de estructura no-lineal.

En la primera fase, se determinó el problema o análisis de necesidades, a partir del cual el investigador decidió emplear otras estrategias para el dictado de las clases, optando por el uso de un multimedia como medio didáctico acorde con los últimos avances tecnológicos.

A lo mejor el uso de este instrumento no es una solución al problema, pero es una forma de iniciar un proceso de cambio en la enseñanza en nuestra Facultad y por ende la Universidad.

En la segunda fase se identificaron las metas instruccionales, basadas en los objetivos de la unidad, Contabilidad de Costos Predeterminados; iniciándose así la estructuración de la estrategia instruccional: el multimedia.

En la tercera y cuarta fase se realizó la Jerarquización y análisis de las metas instruccionales, así como el alcance del aprendizaje de cada una de estas metas. Con la jerarquización y el análisis de las metas se elaboraron los storyboards o guiones de cada meta instruccional, diseñados con el apoyo del Word, el PowerPoint y el Excel. Estos guiones contienen texto, imágenes, tablas y gráficos.

Para analizar cada una de las metas instruccionales se procedió a revisar cuáles debían ser los conocimientos previos del alumno, y cuáles eran los necesarios para comprender y aprender los costos predeterminados de manera

efectiva. Esta información se organizó de manera jerárquica, desde la más sencilla hasta la más compleja, es decir ¿Qué debe saber el alumno para comprender el objetivo siguiente. Ejemplo, para comprender los costos predeterminados primero debe conocer qué son los costos históricos.

También, se determinaron los medios para alcanzar los aprendizajes de cada una de las metas, como lecturas, problemas o ejercicios prácticos, visita a páginas Web.

Finalmente, se llegó a la fase de evaluación, con la cual se mide la efectividad y eficiencia de la instrucción. En este multimedia se ideó una auto-evaluación para cada meta instruccional. Se diseñaron de selección múltiple, verdadera y falsa y de completación.

En vista de que este curso es semi-presencial, en el mismo no se incluye prueba Sumativa. Esta se realizará de acuerdo al plan de evaluación fijado para cada semestre, de manera presencial en el aula, una vez implantado el multimedia.

8. Conclusiones

Para concretar la importancia de este Multimedia en el proceso de enseñanza universitaria se presentan a continuación las siguientes conclusiones:

- Estamos invadidos por las Nuevas Tecnologías de Información, las mismas se han introducido en los institutos universitarios, empresas privadas, corporaciones, laboratorios de investigación, en fin en todos los lugares.
- Con la educación multimedia se pretende formar individuos críticos, miembros de una sociedad justa.

- La inclusión de las Nuevas Tecnologías Multimedia como recursos didácticos para favorecer el proceso de enseñanza-aprendizaje es parte de la función que nos corresponde como educadores en una sociedad multimedia.
- El uso de la tecnología en la enseñanza universitaria es una oportunidad para lograr un aprendizaje eficaz, desarrollando en los alumnos capacidades implicadas en el aprendizaje abierto: la habilidad de diagnosticar las propias necesidades, programar planes para lograr sus propios objetivos, evaluar la efectividad de las actividades de aprendizaje, entre otras.
- El multimedia representa un ordenador con características que impulsan la destreza asociativa e intuitiva del estudiante. Además, constituye un buen entorno de aprendizaje pues incluye el uso de textos en pantalla, así como, imágenes, gráficos, videos.
- Este instrumento es una herramienta que impulsa la educación a distancia, lo cual representaría una alternativa a la masificación de estudiantes en el aula por falta de estructuras adecuadas y a la escasez de personal docente por la carencia de recursos para llamar a concursos.
- Por lo expuesto en el punto anterior, el uso de Tecnologías Multimedia puede llegar a solucionar problemas económicos o presupuestarios permanentes en las universidades nacionales, dando otro viraje a la

enseñanza.

- Los profesores de la cátedra de contabilidad de costos se encuentran preparados para interactuar con las Nuevas Tecnologías Multimedia.
- Los profesores de la cátedra están convencidos que es el momento propicio para la aplicación de multimedia y otros materiales didácticos en la enseñanza.
- El multimedia Sistema de Costos Predeterminados es el segundo Diseño Instruccional que se ha realizado en la cátedra de Contabilidad de Costos. En la asignatura Contabilidad de Costos II. Lo que quiere decir, que en un futuro no muy lejano todo el programa de esta asignatura estará ajustado a los fundamentos teóricos y filosóficos de Diseño Instruccional.

9. Recomendaciones

- Debemos marchar a la par de las exigencias de las Nuevas Tecnologías de Información, en el campo educativo.
- En todas las Cátedras, es hora de cambiar el sistema presencial, el cual ha llegado a la cima dificultando el desarrollo, especialmente por razones económicas. Sí se implementan nuevas estrategias para la enseñanza, serían mayores las posibilidades de acceder a los estudios universitarios.
- Es el momento de acostumbrar al alumno a reflexionar sobre las implicaciones de las Nuevas

Tecnologías Multimedia al tiempo que se benefician de ellas.

- En la FACES se debe impulsar la reflexión y toma de conciencia de la innovación técnica en la enseñanza, así como una labor de formación y motivación del profesorado.
- Las autoridades de la FACES deben motivar los cambios de los planes de estudio de la carrera de Contaduría Pública, para incluir en los mismos estas nuevas estrategias didácticas.
- Debe iniciarse de manera progresiva, el uso de tecnología multimedia en el proceso de enseñanza-aprendizaje, en nuestra Facultad. Lo cual representaría una alternativa para solucionar el problema de masificación en las aulas y la falta de profesores, como consecuencia de los pocos recursos económicos asignados a la Universidad.
- Finalmente, se recomienda el uso del Multimedia Sistema de Costos Predeterminados por parte de los profesores de la cátedra de Contabilidad de Costos, en la asignatura Contabilidad de Costos II. Falta es el proceso de evaluación de la herramienta, lo cual se logra a través de un seguimiento de su aplicación.

Referencias Bibliograficas

Arias, F. (1999). El proyecto de investigación. Guía para su elaboración. Editorial Episteme. Caracas.
Duplá, F. (1999). La Educación en Venezuela. Los dos primeros niveles

del sistema educativo venezolano (preescolar y básica). Curso de Formación Sociopolítica. Fundación Centro Gumilla. Caracas. Venezuela.

García, A. y Ruiz, E. (1997). Métodos Activos en la Enseñanza – Aprendizaje de los Costos. V Congreso Internacional de Costos. México. Instituto Mexicano de Costos, pp. 946-959.

Gutiérrez, A. (1997a). Nuevas Tecnologías Multimedia. Conceptos Básicos. Ediciones de la Torre. Madrid. Documento disponible en: www.doe.uva.es/alfonso/web/EdMulConceptos.htm Visitada el 30/04/04

Gutiérrez, A. (1997b). Vivimos en una Sociedad Multimedia. Ediciones de la Torre. Madrid. Documento disponible en: www.doe.uva.es/alfonso/web/EdMulSociedad.htm Visitada el 30/04/04.

Martínez, F.; Prendes, Ma. P.; Alfageme, Ma. B.; Amorós, L.; Rodríguez, T. y Solano, I. (2002). Herramienta de Evaluación de Multimedia Didáctico. Disponible en: www.sav.us.es/pixelbit/articulos/n18/n18art/art187.htm Visitada el 14/04/04.

PROCESO DE DISEÑO INSTRUCCIONAL. Documento en Línea: <http://sensei.ieec.uned.es/miguel/tesis/node19.html> Visitada el 02/12/05.

Ruiz, A. y Rojas, R. (2001). **Vínculo Docencia- Investigación para una formación integral.** Plaza y Valdés, P y V, Editores. Colombia.

Yukavetsky, G. (2004). Lectura 3 ¿Qué es Diseño Instruccional? Disponible en www.u`rh.edu/gloria/tecnología%20ED/Lectura_3%20.htm Visitada el 03/0/04.

Los Costos del Marketing

Marysela Coromoto Morillo M.

Lic. Contaduría Pública
Lic. en Administración
Magíster en Administración
Profesor Agregado de la Facultad de Ciencias
Económicas y Sociales-ULA
marysellamor@hotmail.com

Recibido 04/09/2006 - Revisado 15/01/2007 - Aceptado 30/03/2007

Resumen

La contabilidad de gestión dedicada a la captación, medición y valoración de todas las actividades para el suministro de información pertinente, debe localizarse en una parte de las actividades más importantes de la cadena de valor como son las del marketing, cuyos planes y estrategias presenten gran relevancia para el alcance los objetivos de la organización. Actualmente la complejidad de los mercados y la especialización del marketing, demanda gran cantidad recursos por múltiples conceptos los cuales deben ser analizados detalladamente. En el presente trabajo se presentan las diferencias básicas entre los costos de marketing y los costos de producción de la empresa, para deducir el tratamiento contable de los costos de marketing, así como sus formas de acumulación y presentación a través de informes, y sus principales usos, para la planeación y control de las actividades asociadas al marketing.

Palabras claves:

Contabilidad de gestión, costos, marketing y estrategias.

Summary

The accounting of management dedicated to the pick up, measurement and valuation of all the activities for the provision of pertinent information, must be located in a part of the most important activities of the value chain as they are those of the marketing, whose plans and strategies present/display great relevance for the reach the objectives of the organization. At the moment the complexity of the markets and the specialization of marketing, demand great amount resources by multiple concepts which must in detail analyzed. In the present work the differences basic between the costs of marketing and the production costs of the company appear, to deduce the countable treatment of the marketing costs, as well as its forms of accumulation and presentation through information, and their main uses, for the planning and control of the activities associated to marketing.

Key words:

Accounting of management, costs, marketing and strategies

1. Introducción

La especialización del marketing, los adelantos tecnológicos, y la diversidad y complejidad de los mercados han ocasionado un incremento complejo de los costos del marketing, pues son muchas más las actividades especializadas, fundamentadas en la investigación, en las telecomunicaciones, técnicas estadísticas y en estudios del comportamiento, que deben realizarse para la captación y retención de cliente. Además dado que los esfuerzos de marketing comienzan desde que se trata de crear una nueva demanda para el producto, previo al proceso de manufactura y posterior a la fabricación, dichos costos se encuentran en buena parte de la cadena de valor.

Paralelamente las empresas se enfrentan a presiones de la competencia que exige un esfuerzo adicional para aumentar el volumen de ventas; implícitamente en el mercado esta la presión de precios y costos, siendo la alternativa para el logro de ventajas competitivas la reducción de costos dentro de los cuales destacan los de marketing; para Álvarez, *et al* (1996), se trata de que los costos de marketing son importantes, merecen ser analizados en detalle, y que es errado asumirlos como costos del periodo.

El director de marketing debe trabajar junto al contador de costos para crear método de medición de la eficacia de los costos de marketing (Océano/Centrum, 2001), y así crear un plan de marketing competitivo. Para Mallo *et al*, (2000), actualmente uno de los objetivos de la contabilidad de gestión apunta hacia una clasificación, acumulación y presentación de los costos de marketing para un adecuado análisis. Por lo anterior, el presente trabajo tiene como objetivo,

presentar las diferencias básicas entre los costos de marketing y los costos de producción de la empresa, a la vez deducir el tratamiento contable de los costos de marketing, así como sus formas de acumulación y presentación a través de informes y sus principales usos, para la planeación y control de las actividades del marketing.

2. Los Costos de Marketing y Los Costos del Producto

Antes de comenzar a discernir entre los términos de Costos de Marketing y Costos del Producto se presentan algunos términos que comúnmente generan confusiones.

El término **costo** suele tener muchos significados, contablemente es el valor de los recursos cedidos a cambio de algún artículo o servicio, lo cual puede representar un desembolso de dinero o la adquisición de un compromiso. También, puede ser definido como la entrega de recursos a cambio de otros bienes y servicios con la expectativa de recibir un provecho o beneficio futuro; en otras palabras, es el precio de adquisición de un bien o servicio que ha sido diferido o que todavía no ha contribuido con la realización de un ingreso y deben presentarse contablemente como un activo. Otra característica de los costos, para Amat y Soldevila (1998), es que siempre deben ser asignados a algún objeto de costos, es decir a un producto, a una fase en la elaboración del mismo o a un centro de costos. Pérez (1999), resalta la diferencia existente entre los términos **costo** y **pago**, indicando que este último es un desembolso de efectivo y que un costo puede implicar el diferir su pago (en magnitud y en tiempo), por ejemplo, el concepto nómina cuyo día de pago no coincide con el final del periodo;

otras veces si pueden coincidir como costo del servicios de mantenimiento al contado. También Amat y Soldevila (1998) argumenta que no todo costo implica una salida de efectivo, como las amortizaciones y depreciaciones, y que no todo pago implica un costo, como la amortización del principal de un préstamo.

Los autores Pérez (1999), Amat y Soldevila (1998), también distinguen entre los términos **inversión** y costo, y señalan que los costos no incluyen las inversiones pues estos últimos son los valores de adquisición de los activos fijos, cargos diferidos y gastos pagados por anticipado por tratarse de aquellas erogaciones o cesiones de valor que permanecen en la empresa para ser utilizados en varios periodos económicos o que no se consumen en un periodo sino que reportan beneficios durante varios periodos, cuando se consumen, amortizan y deprecian; estos últimos suelen asumir la figura de un costo o de gasto según el uso que haya recibido el activo.

Los **gastos**, son costos que han generado beneficios o ingresos para la empresa, son costos expirados (Polimeni et al, 1998), y por tanto deben ser aplicados a los ingresos generados en el periodo, es decir, presentados en el estado de resultados en el mismo periodo en que generaron ingresos (Backer, et al, 1996). Pérez (1999), define a los **costos** de manera más amplia, e incluye dentro de dicho concepto a los gastos, y afirma que el costo es “el conjunto de pagos, obligaciones contraídas, consumos,

depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones atribuidas a un periodo determinado, relacionadas con las funciones de producción, distribución, administración y financiamiento” (p. 51); los cuales son clasificados en dos grupos: los asociados al proceso de manufactura (costos de producción) y los asociados a otras funciones distintas a la manufactura de productos. Los **costos de producción** o costos inventariables, son los originados en el proceso de transformación de las materias primas en productos terminados, por ello deben valorar los inventarios y presentarse como activo realizable; sólo son presentados paulatinamente en el estado de resultados en el reglón del costos de producción y ventas en la medida que los productos son vendidos. Suelen a su vez clasificarse en costo de materiales y mano de obra directa, y costos generales de producción o gastos de fabricación.

Los demás costos son ajenos al proceso productivo, por lo que están asociados a las funciones de **distribución**¹, **administración**² y **financieros**³. La única diferencia entre estos tres últimos y los costos del producto estriba en la función que los demanda y el tratamiento contable, pues los costos del producto o costos inventariables, tal como lo indica su nombre son incorporados al valor de los productos o artículos fabricados, cumpliendo con el sentido propio de un costo “precio de adquisición de un bien o servicio con la expectativa de recibir un provecho o beneficio futuro (venta del producto)”; mientras que los costos de

1 Costos de distribución. Son las erogaciones, depreciaciones, amortizaciones, depreciación, o consumos, correspondiente a la manipulación, empaque, almacenamiento, despacho, entrega, promoción, publicidad, propaganda, y demás conceptos del departamento de ventas (Pérez, 1999).

2 Costos de administración. Contempla erogaciones, depreciaciones, amortizaciones, depreciación, o consumos, correspondiente a actividades relacionadas con la dirección y manejo de operaciones generales (gerencia, tesorería, contabilidad, auditoría, crédito, cobranza y caja) (Pérez, 1999)

3 Costos financieros. Comprende las erogaciones y consumos de las erogaciones previas asociadas con la obtención de recursos ajenos (Pérez, 1999).

distribución, administración y financieros, tradicionalmente no se adicionan al valor de los productos elaborados, sino que reciben el tratamiento estricto de un “gasto” al ser llevados directamente al estado de resultados en el mismo periodo en que ocurren, y al considerar que los mismos reportan beneficios en el mismo momento en que se incurren o de forma muy rápida. Por tanto la diferencia entre estos gastos y los costos es simplemente cronológica y de grado.

De la amplia definición dada por Pérez (1999) a los costos es que se puede aceptar la existencia del término **Costo de Marketing**. Igualmente según Océano/Centrum (2000), existen tres tipos de costos: producción, marketing y administración; haciendo la salvedad que éstos últimos se incurren tanto en las áreas de marketing como de producción (salarios de dirección, teléfonos, gastos de papelería, y salarios de contadores) de allí que en algunas empresas sólo existan dos tipos de costos: los de producción y de marketing. Aún cuando no existe una definición comúnmente aceptada de los costos de marketing, según Océano/Centrum (2000), se considera costos de marketing a los incurridos en los procesos desde que se ha fabricado el producto hasta que el mismo llega al consumidor, es el flujo del producto donde se emplean indistintamente los términos de costos de marketing y de distribución. Para Gayle (1999), “Los costos de marketing resultan de la venta y entrega de productos e incluyen los costos de promoción de venta y de la retención de clientes, transporte, almacenamiento y otros costos de distribución” (p. 30) También, de acuerdo a reflexiones expuestas en el presente trabajo, incluye muchos otros costos

incurridos con anterioridad al procesos productivo durante las actividades concernientes a la investigación del mercado y al desarrollo y diseño de productos.

2.1. Diferencias entre costos de marketing y costos del producto.

Existen marcadas diferencias entre los costos de producción y los costos de marketing, no solo a nivel contable sino de planificación y control. Algunas de éstas son: Según Océano/Centrum (2000), el control a largo plazo de los costos de marketing es más difícil que los de producción, dado que sus actividades dependen de factores intangibles y ajenos a la empresa (moda, atractivo, acciones de la competencia, poder de compra, cultura y demás condiciones del segmento de mercado, y otros), en cambio para los costos del producto el control esta asociado a los volúmenes de producción y a la cantidad y tipo de trabajo realizado en la fábrica; ello no implica que los costos del producto permanezcan indiferentes ante las actividades del marketing para responder a las exigencias del mercado, plasmadas en las estrategias del mercadeo⁴, por el contrario tales estrategias deben ser reflejadas en las actividades del proceso productivo al fabricar un producto que satisfaga las expectativas del cliente, en el momento oportuno.

Una segunda diferencia, es que los costos de producción generalmente se presentan en valores unitarios por tipo de producto, y se acumulan por lotes de productos homogéneos, centros de costos o etapas del proceso productivo; en cambio los de marketing, como se explicará, se

⁴ La estrategia de marketing, comprende la selección y el análisis del mercado meta y la posterior creación y mantenimiento de la mezcla de marketing (producto, precio, distribución, promoción y servicio postventa) (Pride y Ferrell, 2002)

calculan y presentan acumulados no solo por tipo de productos, sino por funciones, segmentos del mercado y sectores y canales específicos, entre otros. En tercer lugar, cuando se tratan de minimizar los costos de producción generalmente se incrementa el volumen de producción para minimizar el costo unitario del producto de forma inversamente proporcional según el nivel de costos fijos presentes en la estructura de costos de producción, lo cual a su vez elimina los costos de capacidad ociosa y de oportunidad; dicha estrategia para abatir costos no suele funcionar de la misma manera con los costos de marketing dado que muchos costos de marketing no se comportan de forma proporcional frente al nivel de ventas logrado por la organización, es decir, mientras que el volumen de actividad o esfuerzos realizados en el marketing se incrementa para tratar de alcanzar mayores volúmenes de ventas, el costo unitario de dichas actividades no necesariamente aumenta de forma proporcional, por cuanto sus actividades dependen de muchos factores externos incontrolables (acciones de la competencia, poder adquisitivo del consumidor y demás circunstancias sociales y políticas del entorno) y ajenos a sus esfuerzos; por esta razón el analista de los costos de marketing debería estar conciente de que un incremento de volumen de ventas no implica un comportamiento proporcional de costos de marketing o de utilidades, y que la eficacia del marketing no es el volumen de ventas; en el marketing estratégico, según Lambin (1997), no solo se trata de vender o de llevar el producto hasta el consumidor, sino de analizar las necesidades de los consumidores, solucionar sus problemas y satisfacer al cliente, lo cual facilita la permanencia

en el mercado y los beneficios, no necesariamente en el corto plazo.

Una última diferencia, tal como se expuso, es el tratamiento contable a los cuales están sujetos, donde los costos del producto son capitalizados en los inventarios, antes de que dichos productos sean vendidos; mientras que los costos de marketing reciben el tratamiento estricto de un "gasto", es decir, generalmente los costos de marketing son considerados costos del período.

Los costos de marketing, al igual que los de producción no necesariamente implican un pago (desembolso de efectivo) tampoco implican una inversión pero si pueden contemplar el consumo, la amortización, la depreciación de alguna inversión realizada para ejecutar funciones propias del marketing. Sin embargo, de acuerdo a los nuevos métodos de costeo como el Costeo Basado en Actividades (ABC), los costos de marketing han pasado a ser costos del producto, así lo expresa Alvarez *et Al*, (1996) cuando afirma que en el ABC la estructura de medición de costos del producto se proyecta sobre todos los ámbitos de la empresa, y no se reduce simplemente al ámbito de la producción o manufactura, sino que se extiende a las etapas previas y posteriores de la fabricación (diseño, lanzamiento, promociones, servicio postventa, y otros). Igualmente Rincón (2000), señala que el ABC se apoya en la teoría de la cadena de valor⁵ ideada por Porter, donde los recursos que se consumen en la empresa (costos) son en la ejecución de las actividades en dicha cadena y que por tanto las actividades orientadas desde la búsqueda de proveedores, hasta la difusión, distribución y satisfacción del

5 Conjunto de actividades interrelacionadas de creación de valor en una organización, las cuales se inician desde la investigación para el desarrollo del producto (diseño del producto), pasando por la búsqueda y selección de proveedores, la fabricación, hasta los servicio postventa (Romero, 1998).

cliente deben formar parte del costo del producto. También Romero (1998) indica que los nuevos métodos de costeo y control de costos (costeo del ciclo de vida del producto, costeo por objetivos y el análisis de la cadena de valor) reconocen que todos los costos son costos del producto, donde todas erogaciones asociadas a las etapas pre y post productivas son asignadas directamente a los productos generando una visión clara de la rentabilidad real del producto a lo largo de su vida, con lo cual apoya las decisiones gerenciales en cuanto a línea de productos, e incluso brinda herramientas invaluable para dirigir las estrategias de marketing en cuanto a mezcla y eliminación de productos; a diferencia del método de costeo tradicional, criticado fuertemente por impedir el verdadero cálculo de la rentabilidad de las líneas de productos al no asociar los costos de desarrollo y marketing a los productos elaborados y comercializados.

Independientemente del tratamiento contable que reciba el costo de marketing, como gasto o como costo inventariable, dichos conceptos deben ser identificados, acumulados y presentados adecuadamente para su posterior análisis.

3. Identificación y acumulación de los Costos de Marketing

Para Mallo *et Al*, (2000) la acumulación y especificación de los costos de marketing dependen de los objetivos más significativos de la organización. Según Pride y Ferrel (2002) con frecuencia la tarea

de determinar los costos de marketing es compleja, pues implica no solo ocuparse por identificar los costos basados en las funciones y actividades asociadas al marketing, sino también identificar dichos costos en geografías, clientes específicos, canales de distribución, productos, y otros.

La importancia de la determinación de los costos de marketing, comienza por la obligación de proporcionar a la dirección información sobre las consecuencias financieras de la introducción o la eliminación de productos, cambio de un canal de distribución, o cualquier otra decisión de marketing. Por ello, y pese a todas las vicisitudes, los costos de marketing deben ser acumuladas acertadamente con el objetivo, no sólo de reducirlos forzosamente sino, de optimizar su uso mediante un control y seguimiento adecuado en aquellos puntos álgidos de las estrategias de marketing.

Según Pride y Ferrel (2002), un primer paso para determinar los costos de marketing consiste en examinar los registros contables de la empresa; generalmente los sistemas contables clasifican estas erogaciones como gastos asociados a las ventas y gastos administrativos (salarios, alquileres, entre otros); dichas cuentas deberán ser desglosadas en cuentas asociadas a las funciones del marketing, agrupadas en: venta directa⁶, publicidad⁷, almacenamiento y manipulación⁸, transporte⁹, cobranza y concesión de créditos (procesamiento de pedidos)¹⁰, y marketing en general. Según Océano/ Centrum (2001), las tres primeras son

6 Erogaciones naturales de la gestión de comercialización (servicios públicos, mantenimiento de oficinas, salarios de vendedores, comisiones y otros) (Mallo *et al*; 2000).

7 Costos incurridos en las acciones necesarias para introducir el producto (propaganda directa, muestrarios, promociones, estudios de mercado) (Mallo *et al*, 2000)

8 Costos del proceso de carga y descarga, custodia y manipulación del producto terminado, (depreciaciones, suministros, servicios públicos, salarios, seguros, entre otros). (Mallo *et al*, 2000).

asociadas a las funciones de obtención de pedidos cuyo propósito es persuadir al cliente, las siguientes funciones son denominadas como de cumplimiento de pedidos que abarcan las demás actividades para la venta.

Para Pride y Ferrel además de las funciones mencionadas incluye otra que es la investigación de mercados. Según otros autores como Mallo *et al*, (2000), los costos de la investigación de mercados y los estudios de comportamiento del consumidor se encuentran incluidos dentro de la función generales; pero dada su relevancia, también pueden ser consideradas como una función independiente para la obtención de pedidos.

Respecto a otras funciones asociadas al desarrollo de productos, los especialistas en marketing, como Guiltinan, *et al*, (2001), consideran que uno de los programas del marketing más importantes es el desarrollo de producto, el cual abarca desde la generación de la idea, pasando por las pruebas técnicas hasta las estrategias para su introducción; al igual que los programas para la fijación de precios, programas de publicidad, de venta y de distribución. Por ello, para Mallo *et al* (2001), los costos asociados a las funciones de investigación, desarrollo y diseño de producto, deben ser incorporados como costos de marketing, lo cual constituye una verdadera institucionalización de la investigación dentro del ciclo de vida del producto, pues la investigación y desarrollo en un sentido amplio (creación de productos nuevos propiamente dichos) tenían en principio un orden productivo, al igual

que las actividades simples asociadas con el rejuvenecimiento de productos existentes.

Algunas veces es difícil seleccionar las funciones de marketing en la empresa, sin embargo el tamaño y forma de funcionamiento de ésta ayudará a realizar una selección adecuada. También pueden emplearse subdivisiones detalladas de cada una de las funciones, por ejemplo, la función de publicidad puede subdividirse en conceptos como comunicaciones por radio, correos, y otros (Cuadro 1). En las empresas pequeñas no es fácil detallar, por lo que se requiere evaluar el costo de dicho registro frente al beneficio obtenido.

Una vez identificadas las funciones del marketing, se deben distribuir los elementos individuales (materiales, sueldos, comisiones o alquileres) entre las funciones identificadas; a tal respecto, para Pride y Ferrel (2002), existen tres categorías de costos de marketing de acuerdo a las funciones del marketing: costos directos, costos identificables y costos no identificables. Los primeros se pueden imputar de forma exacta y fácil en el desarrollo de la función, como las comisiones a vendedores respecto a la función de venta directa, para Stanton *et al*, (2004) estos costos deben asignarse por completo a la función. Otros costos incurridos al realizar varias funciones del marketing o de producción, denominados costos identificables, requerirán de alguna base de distribución, tales como el grado o unidad de variabilidad (Cuadro 1). El grado o unidad de variabilidad indica el esfuerzo realizado en cada subdivisión de funciones, que servirá de base para

9 Costos del proceso de embalaje, despacho, y traslado del bien hasta su destino (casa del cliente o distribuidor), incluye servicio de mantenimiento, salarios, suministros y otros (Mallo *et al*, 2000).

10 Costos por concepto de estudios en el otorgamiento de créditos, condiciones de venta, y la cobranza normal y morosa, (gestiones judiciales, comisiones de cobranza. (Mallo *et al*, 2000).

Cuadro 1

Clasificación de los Costos de Marketing según su Función y Unidades de Variabilidad	
Funciones de Obtención:	Unidad de Variabilidad
Venta Directa:	
Salarios de vendedores o agentes de venta	Número de ordenes de venta, o de llamadas.
Comisiones y bonificaciones	Unidades de producto, Bs. de ventas netas.
Gastos de viaje de vendedores	Días de viaje, Km. recorridos, clientes.
Depreciación de equipos de venta	Número de ordenes de venta, o de llamadas.
Tramitación de ajustes y devoluciones	Número de devoluciones o reclamos.
Gastos generales de la oficina de ventas	Número de ordenes de venta, o de llamadas.
Programas de entrenamiento de vendedores	Número de agentes de ventas
Publicidad y Promoción:	
Costos de medios	
Televisión y radio	Tiempo de radio o de Tv.
Carteles y letreros externos	Número de carteles o unidades de letreros.
Periódicos	Cms cuadrados de avisos,
Cartas, correos directos, calendarios	Ventas netas por correo, solicitudes recibidas por correo, número de avisos enviados o de calendarios.
Catálogos	Número de páginas o ventas netas por catálogo.
Demostraciones	Número de demostraciones.
Distribución de muestras	Número de muestras distribuidas.
Gastos administrativos publicitarios	Costo por Bs. de venta neta.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos tomados de Océano /Centrum (2000)

calcular un costo fraccionado unitario; esta unidad de variabilidad debe ser la unidad de trabajo o de servicio, el cual debe ser fácil de ser medido en términos de practicidad a un costo reducido (Océano/Centrum, 2001). El último grupo de costos

Cuadro 1.1

Clasificación de los Costos de Marketing según su Función y Unidades de Variabilidad	
Funciones de cumplimiento de pedido	Unidad de Variabilidad
Almacenamiento y manipulación:	
Fijación de precios, etiquetado y marcado	Número de pedidos o unidades almacenadas
Clasificación	Número de pedidos o unidades almacenadas
Montaje de productos para el envío	Número de envíos o unidades enviadas.
Realización de inventarios físicos	Número de unidades almacenadas.
Tramitación de envío	Número de pedidos o unidades enviadas.
Transporte:	
Planificación y supervisión	Número de Toneladas /Km., Unidades enviadas
Documentos y registro de envíos	Número de pedidos
Carga y descarga	Kilos cargados, Unidades cargadas
Salario de conductores y ayudantes	Kms. recorridos, Kms/Hora recorridos.
Combustible y repuestos de vehículos	Kms. recorridos, Horas de funcionamiento.
Depreciación o alquiler de equipos	Kms. recorridos, Horas de funcionamiento.
Cobranza y Concesión de Créditos:	
Investigación aprobación de créditos	Número de ventas a crédito
Correspondencia, registro y archivos	Número de correspondencia de ventas a crédito
Registros a la cuenta por cobrar	Número de clientes o auxiliares.
Elaboración de facturas	Número de pedidos facturados a crédito.
Cobros al exterior, por taquillas	Número de clientes cobrados, o Bs. cobrados
Actividades Generales de Marketing:	
Gastos de personal y financieros	Número de empleados, rotación de existencias.
Análisis y estadísticas de ventas	Número de análisis realizado, Número de clientes.
Manejo de archivos y correspondencia	Número de unidades archivadas, de pedidos.
Costos de investigación de mercados	Tiempo invertido, Número de especialistas, etc.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos tomados de Océano /Centrum (2000)

no pueden identificarse mediante forma lógica y sólo pueden imputarse de acuerdo algún criterio arbitrario (costos por intereses, impuestos y sueldos de la gerencia), expresado también en la unidad de variabilidad.

Para Stanton *et al*, (2004), la imputación o no de los costos directos, identificables y no identificables en cada uno de las funciones de marketing dependerá del enfoque de costeo total o parcial (margen de contribución) utilizado; si se asume el costeo total a las funciones de marketing se le deben imputar los tres tipos de costos, con la desventaja que el costo total por función estará determinado de forma arbitraria, pero completa; de esta manera si se trata de evaluar el desempeño de cierto departamento o unidad a partir de sus costos de marketing el mismo se

Cuadro 2

Código contable para los costos de marketing

09.	Costos de marketing
09.01.	Costos de venta directa
09.01.001.	Salarios de vendedores
09.01.001.001.	Salarios de vendedores, zona metropolitana
09.01.001.002.	Salarios de vendedores, zona occidente
09.01.002.	Viaticos a vendedores
09.01.002.001	Viaticos a vendedores, zona metropolitana
09.01.002.002	Viaticos a vendedores, zona occidente

Fuente: Elaboración propia con base en datos tomados de Catacora (1996)

sentirá desalentado por cuanto se le imputan costos, que no están dentro de su control o responsabilidad, según criterios arbitrarios. Tal desventaja podría ser atenuada con el uso del enfoque parcial donde a las funciones de marketing no se imputan los costos no identificables (Pride y Ferrel, 2002), en estas circunstancias se podría evaluar con mayor objetividad y justicia el desempeño de ciertas funciones del marketing, pero no para evaluar la rentabilidad de la función por cuanto en la misma se han omitido algunos conceptos de costos.

Un segundo paso para la acumulación de los costos de marketing es determinar la variable de segmentación (geográfica, demográfica, psicográfica y conductual) y los productos de la mezcla¹¹, de interés para la toma de decisiones para la empresa, con miras a realizar los análisis de volumen y de costos lo cual según Stanton *et al*, (2004) podría ser realizado por territorios, productos y clientes o tamaño de pedido; es así como surgen los costos de marketing por zonas comerciales, productos, agentes de ventas, clase de clientes o cualquier combinación.

Una vez distribuidos los

costos de marketing entre sus funciones y sub funciones o actividades y seleccionado el segmento, o las líneas de productos, un tercer paso es distribuir nuevamente los costos asociados a cada función a los diversos segmentos establecidos, algunos de ellos pueden asociarse de manera directa a los segmentos y otros a partir de distintas bases o un factor de variabilidad apropiado, en las mismas circunstancias de los costos directos, identificables y no identificables, descritos.

Cada uno de estas asociaciones de costos por funciones y por segmentos o líneas de producto deben implicar una cuenta de costos de marketing individual; por ejemplo, los costos de salarios de vendedores de la zona metropolitana de la ciudad deberán representar una cuenta dentro del grupo de cuentas de costos venta directa y del grupo de costos de marketing de la zona metropolitana. Para ello, según Ocenano/Centrum, (2001) debe emplearse un método de codificación apropiado dentro del plan de cuentas contables; donde el primer dígito puede reflejar que se trata de costos de marketing (cuenta nominal de egreso), el segundo que es un costo de venta directa, el tercero que es correspondiente al salario de vendedores, y el cuarto que es el salario de vendedores de la zona metropolitana (cuadro 2).

4. Análisis de los Costos de Marketing

Para Stanton, *et al*. (2004), éstos análisis son estudios detallados de la sección de costos y gastos del estado

¹¹ Mezcla de producto: conjunto de líneas de productos, contiene una amplitud (cantidad de líneas) y una profundidad (variedad en cada línea: tamaños y modelos). (Kotler, 2000)

Cuadro 3

Algunos indicadores de los costos de marketing

Razon de Comisiones sobre Ventas	Comisiones en ventas del periodo Ventas del periodo	Cantidad de Bolívares invertido en comisiones por cada Bolívar generado por las ventas o % de comisiones del total de ventas
Razon de Comisiones sobre Costos y Gastos Totales	Comisiones en ventas del periodo (Costos de los productos vendidos o costo de ventas + gastos de ventas, administración y financieros)	% de comisiones del total de costos y gastos de la empresa.

Fuente: Elaboración propia con base en datos tomados de Catacora (1996)

de resultados, sus tendencias y variaciones entre lo presupuestado y lo real. Según la identificación y clasificación de costos de marketing realizada, el analista puede hacer dicho estudio de diversas maneras.

4.1. Análisis de cuentas generales.

Para Pride y Ferrel (2002), este análisis se inicia con la observación de las cuentas contenidas en los registros contables, contenidas en el grupo de cuentas correspondientes a los gastos de ventas, “tal como aparecen en los libros y estado de resultados” (Stanton, *et al.* 2004, p. 709). Dicho análisis dependerá de lo específico del plan de cuentas del sistema contable, para observar conceptos de comisiones, gastos de representación, salarios de promotores, entre otros. Estas cuentas son relacionadas con las de periodos anteriores (análisis de tendencias históricas) y con montos promedios manejados por la industria o sector al cual pertenece; otras veces suelen relacionarse el monto de cada cuenta con el nivel de ventas, y demás costos de producción y gastos operativos, para ser presentados como porcentajes de las ventas o porciones dentro de la estructura de costos (Pride y Ferrel, 2002); es este último caso se trata de construir un índice que mide la eficiencia y la rentabilidad de los costos de marketing (Cuadro 3). Para Stanton, *et al.* (2004) también suelen examinarse los costos reales frente a los presupuestados.

4.2. Análisis funcional.

Según (Pride y Ferrel, 2002), este

análisis se origina por las debilidades del análisis anterior, el cual obstaculiza la evaluación y control de todas las actividades desarrolladas por el marketing, por tal razón dichas cuentas generales deben ser observadas por funciones (Cuadro 4). Para Stanton, *et al.* (2004), el análisis funcional abarca la identificación de las funciones desarrolladas por el marketing y luego distribuir sus costos en cada una de ellas, donde el costo total de la función se calcula sumando los costos agrupados en cada cuenta funcional. Una vez calculados los costos asociados a cada función de marketing se pueden comparar dicha información con los costos de periodos anteriores o los pertenecientes a industrias del mismo sector, igualmente pueden calcularse razones o índices similares a las descritas en la figura 1.

4.3. Análisis funcional por segmentos de mercado o línea de productos.

Cuando el mercado es relativamente disperso y se tiene una mezcla de productos muy compleja, este análisis es importante para replantear las estrategias del marketing; pues para Pride y Ferrel (2002), pese a que el análisis funcional muestra una visión más detallada de los costos de marketing y permite realizar relaciones significativas, el analista pudiera requerir información precisa, sobre todo cuando se dispone a mantener o penetrar varios segmentos del mercado

Cuadro 4

Informe para el análisis funcional de los costos de marketing							
Concepto Función de Marketing	Costos de ventas directas	Costos de publicidad	Costos de almacenar	Costos de transporte	Costos de investigación de mercado	Costos generales del marketing	Totales
Alquileres	Bs 100,00	-	Bs 1.000,00	-	-	Bs 250,00	Bs 1.350,00
Salarios	Bs 200,00	-	Bs 300,00	Bs 200,00	-	Bs 300,00	Bs 1.000,00
Suministros	Bs 600,00	Bs 100,00	Bs 200,00	Bs 800,00	Bs 100,00	Bs 200,00	Bs 2.000,00
Servicios públicos	Bs 300,00	-	Bs 1000,00	Bs 100,00	Bs 200,00	Bs 300,00	Bs 1.900,00
Consumo de Contratos	-	Bs 500,00	-	Bs 200,00	Bs 600,00	-	Bs 1.300,00
Depreciaciones	Bs 100,00	-	Bs 300,00	Bs 400,00	-	Bs 500,00	Bs 1.300,00
Mantenimiento	-	-	Bs 600,00	Bs 800,00	Bs 200,00	Bs 500,00	Bs 2.100,00
Honorarios Profesionales	-	-	-	-	Bs 400,00	Bs 350,00	Bs 750,00
Artículos de oficina	Bs 300,00	Bs 500,00	Bs 200,00	Bs 200,00	Bs 400,00	Bs 200,00	Bs 1.800,00
Totales	Bs 1.600,00	Bs 1.100,00	Bs 3.600,00	Bs 2.700,00	Bs 1.900,00	Bs 2.600,00	Bs 13.500,00

Fuente: Elaboración propia con base en Pride y Ferrel (2002) y Stanton *et al* (2004)

u ofrecer múltiples productos o servicios a sus clientes, donde sus actividades y esfuerzos de marketing son distintos para cada segmento de mercado.

De forma similar a la distribución realizada en el cuadro 4, la empresa puede hacer una distribución adicional de costos de marketing por funciones entre sus segmentos de mercado (áreas geográficas o grupo de clientes) o líneas de productos (Cuadro 5). De esta forma se pueden apreciar y calcular los costos ocasionados para atender a determinadas localidades o tipos de clientes, o por promocionar, manipular, almacenar o transportar determinados productos (en su introducción, madurez o declinación dentro de su ciclo de vida), para ser comparadas con datos históricos o de otras industrias, con el fin de evaluar la eficiencia de las estrategias del marketing y poder contar con información para la toma de decisiones asociadas con el diseño (o rediseño) de las actividades del marketing (elección del canal de distribución, estrategia de promoción, y otras).

Según Mallo *et al*, (2000), el análisis de costos de marketing por distribución

geográfica ayuda a seleccionar el área geográfica de mayor penetración y a evaluar la magnitud del esfuerzo de marketing realizado para lograrlo. Igualmente una distribución de costos por tipos de cliente (segmentación demográfica, psicográfica o conductual), contribuye a cuantificar los esfuerzos de marketing frente a los servicios adicionales buscados, formas de pago o potencial adquisitivo de los diversos consumidores.

Para Stanton *et al*, (2004), éste análisis es el más provechoso, puesto que al combinarlo con un análisis del volumen de ventas se puede presentar un estado de resultados completo por línea de producto o segmento de mercado, con la finalidad de determinar los efectos financieros de un programa de marketing. Por ejemplo, evaluar cambios suscitados por problemas de distribución en diversos territorios, la posibilidad de abandonar un territorio, segmento o una línea de productos con pérdidas, y su impacto en los beneficios totales de la empresa, al alterar o redistribuir los costos de marketing.

Cuadro 5

Informe para el análisis funcional por zonas y tipos de productos

Concepto / Función de Marketing	Zonas Geográficas				Totales
	Metropolitana		Oriente		
	Producto A	Producto B	Producto A	Producto B	
Costos de Ventas directas	Bs 300,00	Bs 400,00	Bs 200,00	Bs 700,00	Bs 1.600,00
Costos de publicidad	Bs 200,00	Bs 100,00	Bs 650,00	Bs 150,00	Bs 1.100,00
Costos de almacenar	Bs 300,00	Bs 1.500,00	Bs 300,00	Bs 1.500,00	Bs 3.600,00
Costos de transporte	Bs 1.000,00	Bs 350,00	Bs 1000,00	Bs 350,00	Bs 2.700,00
Costos de investigación de mercados	Bs 200,00	Bs 800,00	Bs 400,00	Bs 500,00	Bs 1.900,00
Costos generales del marketing	Bs 200,00	Bs 800,00	Bs 500,00	Bs 500,00	Bs 2.600,00
Totales	Bs 2.800,00	Bs 3.950,00	Bs 3.050,00	Bs 3.700,00	Bs 13.500,00

Fuente: Elaboración propia con base en Pride y Ferrel (2002) y Stanton *et al* (2004)

5. Presupuesto Flexible y Análisis de Variaciones de los Costos de Marketing

Los costos de marketing no se limitan a su análisis histórico, para Mallo *et al*, (2000) los costos de marketing además pueden ser predeterminados, dado que los costos históricos adolecen, al igual que los costos de producción, de proporcionar unidad de comparación adecuada producto de su cálculo tardío. Los costos predeterminados suelen hacer descubrir derroches o ineficiencias posibles mediante su análisis, la representar una medida básica calculada previamente a partir de las condiciones normales de desempeño (nivel esperado ajustado a la capacidad máxima práctica en el nivel de ventas)

Para Mallo *et al*, (2000), el presupuesto flexible de los costos de marketing se prepara tomando en cuenta el nivel de ventas pronosticado, para determinar la cantidad de recursos directos e indirectos que demandarán las diferentes actividades del marketing para llevar a cabo el proceso introducción, comunicación, distribución y entrega del producto. Según Océano/Centrum (2001), lo más práctico es estimar un nivel de actividad del marketing adaptada a la producción obtenida.

Una vez fijado el nivel de actividad expresado en el nivel de ventas dentro de la capacidad máxima práctica pertinente, se deben clasificar los costos de marketing en fijos y variables. Los **costos variables** son los que cambian proporcionalmente con las variaciones

de los volúmenes de ventas pronosticadas y resultantes (comisiones a vendedores, bonificaciones por cantidad vendida, fletes y embalajes de entrega, descuentos por pronto pago, entre otros). Los **costos fijos** son los que no se ven afectados por las mediciones en el volumen de ventas, dentro de un límite de la capacidad de la función de ventas; se encuentran desglosados en **costos fijos de capacidad y costos fijos de operación**. Los primeros permiten asumir compromisos de venta de largo plazo con las capacidades básicas instaladas y disponibles sin requerir egresos adicionales (salarios de supervisores y empleados, papelería suministros, publicidad institucional, servicios públicos, alquileres, entre otras). Los segundos tienen lugar, al igual que los costos de producción, cuando se decide operar de manera diferente o con un nuevo nivel de ventas, un escalafón o una expansión de ventas que supera a la capacidad usual de la función de ventas, lo cual hará que los costos de marketing permanezcan constante mientras no se rebase el nuevo nivel de ventas (salario de nuevo personal de supervisión y empleados, alquileres adicionales, nuevos requerimientos informáticos, entre otros). Existe otro gran grupo de costos no proporcionales frente

a los cambios en el nivel de ventas, tales como costos asociados con estudios de mercados, regalías, muestras gratis, viáticos, relaciones públicas, y otras formas de publicidad; los cuales son catalogados como costos mixtos.

De esta manera se considera que algunos costos de marketing no varían en función del volumen de ventas mientras que otros si lo hacen. En todo caso para estimar los costos variables en el presupuesto flexible se deberá hacer uso de las unidades de variabilidad o unidades de trabajo requerido según el volumen de ventas estimadas (Océano/Centrum, 2001).

Luego se deben realizar la distribución de los costos de marketing predeterminadas entre sus funciones, segmentos de mercado, línea de producto o cualquier otra variable seleccionada, para realizar el análisis funcional presentado en los cuadros 3 y 4, todo sujeto a las necesidades de información de la organización (Mallo, et al, 2000).

El análisis de costos de marketing debe servir como insumo para medir y evaluar críticamente la rentabilidad resultante contra la presupuestada de las ventas de cada tipo de productos en los diversos segmentos donde es introducido. Pues las desviaciones o variaciones entre los costos reales y los presupuestados deben apuntar hacia medidas correctivas en las estrategias del marketing, según su causa. Para Océano/Centrum (2001), se puede realizar un análisis de las variaciones netas por cada uno de los conceptos, o desglosando entre sus causales de variación, como lo son cantidad y precio: Las variaciones de cantidad o de eficiencia esta dada por la diferencia entre la cantidad de trabajo o esfuerzo realizado en determinada

actividad o sub función del marketing y la cantidad presupuestada, multiplicada por el costo unitario presupuestado para determinada actividad; la variación precio se puede calcular como la diferencia entre el costo unitario presupuestado para la actividad y el costo unitario real, multiplicado por la cantidad de trabajo real realizado en la actividad. Donde el costo unitario y la cantidad de trabajo se calcula en función de la unidad de variabilidad asignado en cada actividad del marketing (Cuadro 1).

6. Conclusiones

Hasta hace muy pocos años los costos de marketing presentaron muy poca relevancia, dado que los contadores de costos se volcaban al análisis y solución de problemas en los procesos productivo. Fundamentalmente, los costos de marketing corresponden a lo que la contabilidad tradicional denominó función especializada del departamento de ventas, la cual en la empresa moderna, con o sin fines de lucro comprende una basta variedad de actividades desde el conocimiento de los requerimientos de los consumidores, la generación del interés en consumir cierto producto, estimular su consumo, entregar en tiempo y condiciones adecuadas, hasta el cobro y servicio de devolución del producto y de postventa. Según destacados investigadores internacionales del área del marketing y de la contabilidad de gestión, dichos los costos originados en las actividades enunciadas generan elementos ineludibles para la fijación de precios, elección de la mezcla óptima del producto, adoptar criterios óptimos para penetrar, mantener y ampliar mercados.

De acuerdo a la forma de clasificación, acumulación y presentación de los costos marketing se pueden

realizar varios tipos de análisis, algunos más limitados que otros. Básicamente, los análisis de costos de marketing se combinan con los análisis de volumen de ventas para evaluar la rentabilidad obtenida en los diversos segmentos de mercados, mediante la comparación entre lo presupuestado y lo real, con las estrategias de marketing utilizadas y diseñadas para alcanzar los objetivos de marketing hacia el logro de las metas globales de la organización.

Referencias Bibliográficas

Álvarez, Amat, J., Amat, O., Balada, Blanco, Castello, Lizcano, y Ripio. (1996). **Contabilidad de Gestión Avanzada**. México: Mc Graw Hill.

Amat, O. y Soldevila, P. (1998). **Contabilidad de Gestión y de Costes**. 2da ed. España: Ediciones Gestión 2000.

Backer, Jacobsen, y Ramírez. (1996). **Contabilidad de Costos: un enfoque administrativo para la toma de decisiones**. México: McGraw hill.

Catacora, F. (1996). **Sistemas y Procedimientos Contables**. Caracas: Mc Graw Hill.

Gayle, L. (1999). **Contabilidad y Administración de Costos**. 6ª ed. México: Mcgraw Hill.

Guiltinan, J., Paul, G. y Madden, T. (2001). **Gerencia de Marketing. Estrategias y Programas**. 6ta ed. Colombia: McGraw Hill.

Kotler, F. (2000) **Dirección de Mercadotecnia**. Mileunm ed. España: Prentice Hall.

Lambin, J. (1997). **Marketing Estratégico**. 3ra. ed. España: Mc Graw Hill.

Mallo, Kaplan, Meljem, y Jiménez. (2.000). **Contabilidad de Costos y Estratégica de Gestión**. España: Prentice Hall.

Océano / Centrum (2001). **Contabilidad de Gestión. Presupuestaria y de Costos**. España: Ediciones Océano Centrum.

Pérez de León, Ortega (1999). **Contabilidad de Costos**. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. Ediciones Limusa.

Polimeni, Fabozzi, y Adelberg. (1998). **Contabilidad de Costos: concepto y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales**. México: Mcgraw Hill.

Pride y Ferrell. (2002). **Marketing. Decisiones y Conceptos**. México: Mc Graw Hill.

Rincón, H. (2000). **Sistemas de Costos: Convencional y actual**. Departamento de Publicaciones de la Facultad de Cs. Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes. Merida, Venezuela.

Romero, A. (1998). **La Contabilidad Gerencial y Los Nuevos Métodos de Costeo**. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

Stanton, W., Etzel, M., y Walker, B. (2004). **Fundamentos de Marketing**. 13ra ed. México: Mc Graw Hill.

Van Horne, J. y Wachowici, J. (2002). **Fundamentos de Administración Financiera**. 11ª ed. México: Prentice Hall.

La Ética: Fundamento en la Adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad

Aura Elena Peña

Licenciada en Contaduría Pública
Magister en Administración, Mención
Gerencia

Doctora en Educación Mención
Administración

Profesora titular de la Universidad de los
Andes

auraelen@ula.ve - auraelen59@hotmail.com

María Carolina Bastidas

Licenciada en Contaduría Pública
Magister en Administración, Mención
Gerencia

Doctora en Educación

Profesora titular de la Universidad de los
Andes

mbastidas@hotmail.com

Recibido 01/12/2006 - Revisado 08/02/2007 - Aceptado 23/02/2007

Resumen

La contabilidad atraviesa por un momento histórico marcado por nuevas realidades en el contexto internacional. La adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad (NICs), ha cobrado fuerza ante los acontecimientos en el sistema financiero mundial y los conocidos escándalos financieros que acabaron con empresas corporativas de renombre mundial. Se reclama un lenguaje contable común que ofrezca garantías de exactitud, transparencia y confiabilidad; esto sólo es posible mediante el auténtico respeto a los principios éticos en el desempeño de la profesión contable y de los demandantes de la información financiera. La conducta "ética" debe ser parte de las responsabilidades del Contador Público ante todos los hechos del mundo de hoy, los cuales le exigen actuar bajo los más elevados valores morales.

Palabras clave:

Adopción, lenguaje, exactitud, transparencia, comparabilidad, confiabilidad, ética, valores morales.

Abstract

The accounting crosses for a historical moment marked by new realities in the international context. The adoption of the International Norms of Accounting (NICs), it has charged force before the events in the world financial system and the well-known financial scandals that put an end to corporate companies of world fame. A common countable language is claimed that offers guarantees of accuracy, transparency and dependability; this is only possible by means of the authentic respect to the ethical principles in the acting of the countable profession and of the plaintiffs of the financial information. The ethical behavior should be part of the Public Accountant's responsibilities before all the facts of today's world, which demand him to act under the highest moral values.

Key words:

Adoption, language, accuracy, transparency, comparability, dependability, ethics, moral values.

Introducción

En el escenario internacional existen múltiples variables que empujan a las empresas a la adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad (NICs). La globalización, los movimientos de integración y la complejidad de las operaciones de las empresas, han incrementado la demanda de información y en consecuencia los requerimientos cada vez más globales.

La contabilidad bajo ambiente NICs tiene como primera intencionalidad suministrar información uniforme y comparativa, que pueda ser entendida por diferentes entes y en distintos países. Esto trae consigo un desafío para los profesionales de la Contaduría Pública, pues precisamente de su actuación ética dependerá que la información financiera reúna las características previstas en el mismo marco conceptual de las NICs. También este proceso de adopción exigirá la conciliación de actores de orden político, legal, cultural, económico y social.

En esta conciliación deben estar intermediando académicos e investigadores; de allí mediante este documento, se presenta una serie de categorías entre las cuales resalta la ética como único camino válido y acertado para la consecución de una adopción poco traumática.

A propósito de la participación de investigadores, resulta importante destacar que el estudio que nos ocupa responde a esta iniciativa de participación y conciliación referido. Se ha considerado como *metodología* acertada a seguir, la que se apoya en el paradigma exclusivamente cualitativo, acudiendo al análisis de contenido para dilucidar sobre las dos grandes categorías consideradas: la ética y la adopción de las NICs.

Como resultado del análisis se llega a las consideraciones siguientes:

- a) Unificar significa preparar estados financieros bajo una estructura única e internacional.
- b) Los inversionistas tendrían sólo un marco de normas contables, para tomar decisiones.
- c) La ética se configura en el elemento crucial e imperativo del ejercicio de la Contaduría Pública; pues sólo bajo principios éticos y la debida atención a los valores morales, se tendría una información de calidad y confiable.

1. Razones para la adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad

Una de las razones inmediatas asociada con la adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad (NICs), es que la misma constituye un proceso de aplicación mundial. Dicho de otro modo, una tendencia que involucra la globalización de la profesión contable, vista bajo el paradigma de la eliminación de fronteras en cuanto a la prestación de servicios.

Además, las transformaciones originadas por el proceso de globalización traen consigo escenarios sumamente dinámicos, que obligan a las empresas a equiparar su lenguaje al de los negocios internacionales. Esto, se convierte en una variable a considerar en la educación y en el avance del conocimiento contable.

Por otra parte, la complejidad de las distintas operaciones empresariales y las consecuencias en cuanto a la demanda de información uniforme, han conducido al enfoque de un sistema bajo estándares internacionales. Este incluye la mejor comprensión de los estados financieros, la homogeneidad en la medición de resultados y por supuesto, la evaluación de la situación de la empresa

considerando indicadores de aceptación internacional.

Todas las premisas anteriores se sintetizan en “el hecho que la información financiera a nivel mundial, debe estar presentada a todos sus interesados bajo un mismo lenguaje contable, con la finalidad que independientemente de cualquier lugar del mundo en el que nos encontramos, con la necesidad de presentareinterpretar estados financieros, todos hablemos el mismo idioma contable y financiero” (López, 2006, p.1)

Unido a lo anterior, se identifican los profundos avances en la informática que desdibujan el concepto de nacionalidad e incorporan el relativo a la universalidad, acompañada por los movimientos de integración entre estados con soberanía reconocida.

La deseada transparencia y confiabilidad de los estados financieros y la posibilidad de supervisión multilateral para identificar deficiencias en la estructura financiera internacional, se configuran en otras razones de importancia para el Comité de Contabilidad del Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (www.cemla.org/gruposdetrabajo/contabilidad, 2004).

Es de aclarar que del mismo objetivo previsto en el marco conceptual de las Normas Internacionales de Contabilidad (NICs), subyace la ayuda a lo usuarios de los estados financieros en cuanto a la interpretación de la información contenida en los mismos. Además, las NICs también les permiten a los usuarios de los estados financieros, comparar el desempeño de diferentes compañías, teniendo la seguridad de que los métodos utilizados para presentarlos, otorgan consistencia en la información financiera expresada en dichos estados financieros.

Específicamente, en Venezuela se advierten las razones de la adopción de las NICs con base en los requerimientos de la Organización Internacional de Reguladores de Valores (IOSCO), la cual requiere que:

Todas las bolsas de los países que cuentan con mercado de valores, presenten información homogénea y entre todas las normas que habían en el mundo, se decidió seleccionar las Normas Internacionales de Contabilidad (NICs) de manera de adoptarlas en los mercados de valores, lo cual dio pié para que también en Venezuela la Federación de Colegios de Contadores Públicos, adoptara las NICs en el país, puesto que los accionistas, inversores, gerentes, acreedores y el Gobierno, necesitan contar con información financiera confiable que les permita tomar decisiones claras y asegurar un funcionamiento ágil y eficiente del mercado de capitales. (Ministerio del Poder Popular para las Finanzas, 2005, p. 2)

2. Ética Profesional

Antes de abordar la ética desde el ámbito profesional específico del Contador Público, es necesario reflexionar desde la perspectiva de su objetivo como ciencia, sintetizado en la realización de los valores morales. Estos valores morales están presentes en las acciones y actitudes del ser humano y se relacionan con las apreciaciones racionales relativas a la bondad implícita en tales acciones.

A la luz de las ideas anteriores existen dos dimensiones de interés. Por una parte, la ética bajo el contexto profesional, es decir la ética relacionada

con la moral profesional. Por la otra, la moral de la existencia humana, es decir aquella que está referida a los valores.

Ahora bien, la ética es una parte de la filosofía que trata de la moral. Como advertía Aristóteles: *la ética mira al valor de la conducta humana, no al hacer, sino al obrar; al bien y al mal*. La ética se basa en la naturaleza humana, naturaleza que fue “pensada” y creada por Dios y que es inmutable. Por ello, la conducta que Dios quiere del ser humano ha de ser apegada a esa naturaleza y de acuerdo con ella (Rodríguez, 1991).

La moral es “lo que no cae bajo la jurisdicción de los sentidos, por ser de la apreciación del entendimiento o de la conciencia...al fuero interno o al respeto humano” (Ossorio, 2001, p.629).

Por lo tanto, es fundamental desde la arista de lo ideal moral actuar “en conciencia y a conciencia”. Al respecto, Juan Pablo II expresa en la Carta Encíclica *Veritatis Splendor*, partiendo del Concilio, lo siguiente:

La dignidad del hombre requiere, en efecto, que actúe según una elección consciente y libre, es decir, movido e inducido personalmente desde dentro y no bajo la presión de un ciego impulso interior o de la mera coacción externa. El hombre logra esta dignidad cuando, liberándose de toda esclavitud de las pasiones, persigue su fin en la libre elección del bien y se procura con eficacia y habilidad los medios adecuados para ello. (Disponible en: <http://benedictumxvi.va>)

No obstante, alrededor del comportamiento ético o antiético existen factores que pueden confluír, tales como los

valores individuales (cultura, experiencias, conocimientos, etc), la observancia del comportamiento o valores presentes en otras personas y, el código que orienta el comportamiento del individuo en su desempeño profesional. La ética de una profesión incluye una serie de normas, en función de las cuales se define como bueno o malo el obrar profesional.

Lo anterior no indica que la ética se impone y que por lo tanto, se relaciona con la sanción o el control. Tal como lo advierte Ayala (2006), “sí un profesional realiza su trabajo pensando en que no puede cometer irregularidades por miedo al castigo que va a recibir, pero que si no existieran controles las cometería, este no es un profesional ético” (p.2). La ética se sintetiza en la conducta personal, que bajo ninguna circunstancia puede imponerse, es decir se relaciona con la postura ante la vida, convertida en guía de las actuaciones del ser humano.

Sin embargo, el obrar profesional y particularmente el del Contador Público, puede estar influenciado por factores relativos a las exigencias de los usuarios de la información, la tecnología, el mercado global, la plataforma jurídica de cada país, entre otros. Los profesionales de la Contaduría Pública deben mostrar dentro de su misión específica suministrar información financiera confiable para la toma de decisiones económicas, brindar información sobre la riqueza de las organizaciones y mostrar la realidad financiera de las mismas ante terceras personas, así como evaluar a través de la auditoría los resultados, de tal forma de emitir una opinión.

Todo lo anterior obliga al profesional de la Contaduría Pública tomar para sí los principios básicos de la ética como guías de su actuación.

2.1 Principios básicos de ética

2.1.1 Integridad

Está referida a la integridad moral, independientemente del campo profesional de que se trate. Por lo tanto, tiene que ver con la honestidad, la sinceridad y la probidad, requerida en el desempeño profesional. Este principio también incluye conceptos relativos a la conciencia moral y, por ende, a la justicia y la equidad.

2.1.2 Objetividad

La objetividad es un principio relacionado con la imparcialidad requerida en los asuntos propios de la acción profesional del Contador Público. Es sumamente importante, en los casos en los cuales se exija dictaminar, opinar o certificar sobre los estados financieros. La objetividad tiene contenida la independencia en el ejercicio profesional.

2.1.3 Independencia

La independencia es relativa a la actitud mental que permite actuar con libertad a su juicio profesional, libre de cualquier predisposición que limite la apreciación objetiva de los hechos. Por lo tanto, la independencia se refiere al criterio no influenciado con respecto a cualquier interés que pudiese ser incompatible con los principios de objetividad e integridad. Implica entonces, actuar de acuerdo a convicciones estrictamente profesionales.

2.1.4 Responsabilidad

La responsabilidad constituye un principio de ética contenido en todas las reglas de conducta del Contador Público, pues corresponde con el sentido amplio en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones. La responsabilidad personal y social genera valor del profesional, en las empresas y en la sociedad.

2.1.5 Confidencialidad

La confidencialidad o secreto profesional representa un elemento que debe caracterizar la relación del Contador Público con el usuario de sus servicios y con los empleados a su cargo. Esta relación debe fundarse en un compromiso responsable y en la estricta reserva profesional. Encierra el no revelar información a terceros sin autorización específica, a menos que se tenga la obligación profesional o legal de hacerlo.

2.1.6 Cumplimiento de las disposiciones normativas

El ejercicio profesional del Contador Público debe realizarse bajo el cumplimiento de las disposiciones y procedimientos establecidos. Además, tomando como base el respeto a las recomendaciones de los organismos supervisores competentes, sí es el caso, siempre y cuando, éstas sean compatibles con los principios de objetividad, independencia e integridad.

2.1.7 Competencia y actualización profesional

La competencia, tiene que ver con las capacidades necesarias requeridas en el profesional para la realización del trabajo o los servicios contratados. De esta forma, se garantiza el éxito, la eficacia y la satisfacción del cliente para el cual se ofrecen. Esto, sólo será posible mediante la actualización de los conocimientos necesarios para la actuación profesional del Contador Público.

2.1.8 Conducta ética

Los valores morales deben concretarse y observarse en el ejercicio profesional del Contador Público. En este sentido, La conducta "ética" debe ser parte de las responsabilidades del Contador Público ante todos los hechos del mundo de hoy, que le exigen actuar

con moralidad y siguiendo los principios básicos de la ética.

La aplicación de todos estos principios contribuye a combatir el vicio tan arraigado de la corrupción, que es el más “fortalecido en el sistema social actual, cuyas raíces se encuentran en la psiquis de los profesionales que no se preocupan por su desempeño íntegro de de una manera eficiente” (Arellano, 2001, p. 31)

3. Ética y Adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad

Insistiendo en las ideas precedentes, toda actuación profesional acompañada de los principios éticos genera valor en las empresas y en la sociedad. De allí, una gestión basada en estos principios debe generar a la vez, un mayor nivel de transparencia, lo que en definitiva conduce a un mayor grado de confianza por parte de aquellos demandantes de los servicios de la Contaduría Pública.

Ahora bien, la confianza que pueda existir en relación con la información financiera así como en la calidad de los estados financieros, trae consigo apertura a los mercados de capital y a oportunidades de financiamiento. Igualmente, la confianza en la información financiera puede llegar a “promover una mayor asociatividad sectorial en cadenas productivas o clusters, lo cual permitiría potenciar la competitividad sectorial y las posibilidades de inserción competitiva en lo internacional” (Berrizbeitia, 2006, p.3).

La información financiera que cumpla con características de transparencia, oportunidad y calidad constituye una fortaleza prevista en los estándares de contabilidad y de auditoría. Al respecto, el Comité de Normas Internacionales

de Contabilidad tiene como objetivo primordial el desarrollo de un cuerpo único de estándares globales de elevada calidad, el cual cumpla con requisitos de “transparencia e información comparable en los estados financieros y en otros reportes financieros que ayuden a los participantes en el mercado mundial de capitales y otros usuarios para tomar sus decisiones económicas” (Blanco, 2005, p.30).

No obstante, el eje transversal para la adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad es la ética. Se evidencian casos en los cuales aun bajo las premisas de la información bajo ambiente NIC, demuestran el alejamiento de los principios éticos. Uno de esos casos es Enron, probablemente muy referido pero que expresa las más antiéticas prácticas de Gobierno Corporativo. Actuaciones profesionales tales como:

Expresión de operaciones con empresas vinculadas a precios no competitivos, Enron transfería sus activos improductivos a empresas subsidiarias y luego no consolidaba los estados financieros, por supuesto que los estados financieros de Enron no reflejaban en absoluto la realidad, habían remuneraciones exorbitantes que copaban la mayor parte de las utilidades de la empresa en el año anterior al inicio de la crisis; los auditores no eran independientes, porque no sólo prestaban servicios de auditoría, sino que además prestaban servicios de consultoría que le representaban mayores ingresos a la firma (Berrizbeitia, 2006, p.5)

Con lo anterior se demuestra que lo significativo no es la adopción de normas de contabilidad de aplicación mundial,

es el respeto hacia los principios éticos y por lo tanto, hacia los mecanismos que garanticen que estas normas efectivamente puedan cumplirse. “La mayoría de los estudios sobre la temática consideran que la causa de las irregularidades y de la crisis profesional se encuentra en las conductas antiéticas e inmorales y sólo algunos hacen referencia a la ambigüedad y no pertinencia de las normas contables” (Capcha y Vilchez, 2005, p.4)

Esta dimensión se contempla en el Código de Ética, cuando se reconocen los objetivos de la profesión contable relacionados con el laborar bajo los estándares más elevados de profesionalismo, para responder a los requerimientos del interés público. Los objetivos plantean, entre algunas otras, tres garantías fundamentales:

- a) Credibilidad, tanto en la información como en los sistemas que la generan.
- b) Confianza, requerida por los usuarios demandantes de la información y demás servicios profesionales.
- c) Calidad de los servicios, es decir prestados bajo los estándares más altos de desempeño.

En el mundo complejo de negociaciones la aplicación de la ética permite regular la conducta, no obstante resulta difícil imponerla, pues ésta depende de la responsabilidad individual. En este marco intemporal se ubica el Contador Público al cual se le exige apegarse a los postulados consagrados en el Código de Ética profesional, como garantía de moralidad, honestidad, sensatez, respeto e integridad en su ejercicio.

Ala luz de lo expresado, la ética se ha convertido en un elemento que forma parte

del concepto de capital de las empresas y en una fuente de ventajas competitivas. La ética, representa el bastión que promueve el manejo eficiente de capitales, genera la confianza entre ahorradores, inversores y prestamistas; en síntesis, asegura el sano funcionamiento de las instituciones y de las distintas unidades económicas. “La confianza crece en condiciones de claridad comunicacional, de certeza y pertinencia de la información y la claridad en gran medida se determina por la simplicidad que posibilita la comprensión” (Capcha y Vilchez, 2005, p.16). Es visto que existen muchos factores a considerar en la adopción de las NICs, pero todos ellos llevan implícita a la ética como elemento fundamental.

Tomando en consideración todos estos preceptos, la adopción de las NICs debe prever la emisión de información financiera cumpliendo las condiciones de validez, confiabilidad y concordancia con los valores, pautas y requerimientos de la comunidad internacional en su conjunto. Para lograr esto, es fundamental también asegurar que los mercados globales se desempeñen sobre perspectivas de transparencia y bases sólidas.

Todas las motivaciones anteriores deben ser atendidas por cuanto en algunas ocasiones las crisis en los mercados o en las empresas no sólo son de origen financiero; también pueden ser el resultado de un profundo quebrantamiento de valores morales en los profesionales y demás personas en todos los ámbitos, sea interno (dentro de las organizaciones) o externo.

Unido a lo anterior, no puede obviarse que la adopción viene acompañada de cambios en la práctica contable, siendo los más relevantes referidos a los métodos de valoración y a

la presentación de información financiera relevante, pudiendo ser complementada mediante notas “que constituyen la memoria en la cual se encuentra toda la información cualitativa y cuantitativa necesaria” (Florez y Otros, 2006, p.1). Además, la adopción de los Estándares Internacionales tiene como principal finalidad el fomentar un sistema comercial y financiero mundial que presente como exigencias fundamentales la calidad, la transparencia y la comparabilidad.

Lo anterior se refuerza con el hecho de que la profesión contable, cuenta con la intermediación de la IFAC (Federación Internacional de Contadores Públicos), así como de algunas organizaciones internacionales de desarrollo como el Banco Mundial y la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo) que participan en el “fortalecimiento de la infraestructura mundial de información financiera. Además de la Junta Internacional de Normas de Auditoría (IAASB), otras comisiones de la IFAC, como sus comisiones de educación y ética, proporcionan orientación que contribuye a la aplicación satisfactoria de las NIIF” (Organización de las Naciones Unidas, 2005, p.16).

Algunos autores tales como Florez y otros (2006), consideran que la adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad exigen compromisos a la profesión contable en el sentido de fortalecer los conocimientos y la aplicación de dichas normas “elaborando técnicas sofisticadas y útiles que permitan satisfacer de manera completa las necesidades de los usuarios haciendo mas competitivo el servicio a nivel laboral y ético” (*ibid.* p. 4).

Con ello se advierte que los registros contables deben realizarse de forma objetiva, reflejando la realidad de

los negocios, sin pasarse por los vacíos y ambigüedades de la legislación contable que a conveniencia del usuario, puedan ser aprovechadas por los mismos.

En definitiva, el compromiso ético sólo será observable mediante un comportamiento correcto de todos los agentes involucrados en el diseño de normas, en su aplicación, en la emisión de la información económico-financiera y por lo tanto, en la verificación de la misma; tales como miembros de Comités de Normas Internacionales de Contabilidad, profesionales contables, auditores y directivos de empresas, entre otros.

4. La transparencia como condición ética en la información financiera

En el contexto de las Normas Internacionales de Contabilidad, es fundamental referir una de las motivaciones mediante las que se ha venido justificando su adopción. Esta tiene que ver con la *transparencia* como indicador de una información financiera disponible, vigente, reflejo fiel del desempeño y del estado de salvaguarda de la organización.

Algunos autores tales como Goldberg (2002), consideran que precisamente dentro de los factores críticos causantes de pérdidas para accionistas y acreedores de las empresas, se destaca la revelación parcial e incompleta de la información financiera y no financiera; lo que en definitiva dificulta la medición y administración eficiente del riesgo asociado con las distintas transacciones.

Además, en algunos escenarios empresariales se evidencian como factores de presión a la globalización y en consecuencia, a la apertura de los mercados. Esta apertura se vincula con los sistemas contables y de información;

afirmación que se refuerza con el pensamiento de expertos como Zamorano (2004) que se expresa al respecto, bajo los términos siguientes:

La globalización es un fenómeno evidente en el mundo de los mercados de capital. El capital irá naturalmente hacia los países y regiones de mayor estabilidad económica y transparencia contable. Una contabilidad adecuada en las empresas y entidades de todos los sectores de cualquier país es la clave para mantener la confianza o bien, reconstruirla para el futuro. Información financiera transparente, dentro de una robusta estructura de control, y una administración ordenada y sana, son una poderosa palanca para restablecer o incrementar el valor crediticio. (p.1)

La transparencia contable está únicamente garantizada por la ética de los profesionales involucrados desde el mismo surgimiento de la transacción hasta la presentación y revisión de los estados financieros y demás reportes. La ética considera como principio a la responsabilidad social en cuanto a suministrar información cuyas categorías sean: suficiente, veraz, y elevada calidad.

En estos escenarios caracterizados por numerosas interrelaciones se hace necesario contar con estándares comunes que faciliten la comprensión, el intercambio y la confianza de la información financiera y no financiera. Tal como lo advierte Diamón (2003), aunque la información contable constituye sólo uno de los pilares de soporte del sistema económico, “en el que confluyen otros elementos como la ética y el gobierno de la empresa..., está

clara la necesidad de una contabilidad que conduzca a la transparencia” (p.3).

La existencia de un sistema comercial y financiero de apertura, fundamentado en estándares que faciliten la comparación de la información financiera, puede significar el surgimiento y fortalecimiento de sistemas de información cuya característica sea la transparencia. Esta debe ser entendida como el “proceso mediante el cual la información relativa a condiciones existentes, decisiones y acciones se hace accesible, visible y comprensible” (*ibid*, p.6)

En este sentido, más allá que una serie de números las organizaciones deben preocuparse por ofrecer una información que además de expresar categorías de forma cuantitativa, también muestre aquellas que por su naturaleza deban expresarse de manera cualitativa. Esto, conduciría a la generación de valor y a tener la posibilidad de acercarse al futuro. Esta aspiración no constituye un compromiso sólo para los profesionales contables; también lo es para empresarios, propietarios o accionistas, académicos y entidades reguladoras.

La exigencia en cuanto a dotar de la máxima transparencia a la información contable y por lo tanto financiera, ha derivado la necesidad de identificar diversos mecanismos y técnicas de revisión, mediante las cuales se obtenga una opinión más calificada sobre el grado de fidelidad con la que se representa la situación patrimonial, económica y financiera de las organizaciones.

Lo anterior demuestra que la transparencia de la información no es un requisito novedoso, tiene antecedentes históricos relevantes. El mismo padre de la Sociología, Augusto Comte, expresaba

lo siguiente “*las organizaciones deben tener el techo de cristal, a fin de que todo el mundo pueda contemplar su interior*”.

Conclusiones

Haciendo una revisión exhaustiva de las dos categorías que sustentan nuestra reflexión (ética y adopción de Normas Internacionales de Contabilidad), puede concluirse lo siguiente:

1. El comportamiento ético constituye un componente inseparable de la actuación profesional. Como es visto, actuar “en conciencia y a conciencia” es fundamental desde la arista de lo ideal moral. El ejercicio de la Contaduría Pública debe apegarse a este ideal moral, que aunque es de naturaleza individual, constituye un pilar ante los prerrequisitos de la adopción de los estándares internacionales.

Es importante señalar que las normas relativas a la moral, ventilan la *estructura moral de la vida* y, por ende sus elementos fundamentales. Lo anterior significa que cualquier acción o actitud que sea contraria a la dignidad humana, que viole el libre ejercicio de la conciencia y afecte las facultades de la razón; conduce a una condición recriminable y, por lo tanto, inmoral.

2. Por el lado de los demandantes de la información financiera, se encuentran los inversores que desean tomar sus decisiones con base en un lenguaje común, entendible y confiable.

3. La adopción de las NICs puede ocasionar:

- a) Modificaciones en las estructuras de conducta y de conocimientos
- b) Dependencia en cuanto a hardware que facilite la implantación de nuevos

sistemas de contabilidad.

c) Continua actualización de la profesión contable, pues se atiende a la permanente redimensión de las normas internacionales.

d) Compromiso de diversos entes educativos y gremiales (universidades, colegios de contadores y federaciones de colegios de contadores)

4. La crisis profesional no sólo compete a organismos reguladores y a gremios, es un asunto social, ético y académico.

5. El desarrollo de las tecnologías de la información y de las comunicaciones y, específicamente, de las plataformas electrónicas, seguirá motorizando nuevos modos de realizar las transacciones y a la vez, modos de difundir la información financiera. Esto está vinculado con el objetivo expresado en el marco conceptual de las NICs.

6. La humanidad está ante un paradigma emergente representado en la adopción de las NICs, el cual debe basarse en el principio de la “contabilidad como bien social”.

Referencias Bibliográficas

Arellano, M. (2001). *La Ética del Contador Público en su desempeño como gerente de las empresas del sector bancario en el Municipio Libertador del Estado Mérida*. Trabajo de grado de maestría no publicado, Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela.

Ayala, M. (2006). *Congreso Nacional de Auditoría. El nuevo marco de actuación del auditor*. Agrupación Primera del Instituto de Auditores-Censores Jurados de Cuentas de España. [Documento en línea]. Disponible: <http://belt.es>. [Consulta: 2006, Noviembre 21].

Blanco, L. (2005). *Normas Nacionales e Internacionales de Información Financiera*. Colombia: Instituto Nacional de Contadores Públicos de Colombia.

Berrizbeitia, L. (2006). *Ética y gobierno corporativo en América Latina*. XXXVI Congreso Internacional CONINDUSTRIA. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.conindustria.org/web2005/rrcc/congreso2006/berrizbeitia.pdf>. [Consulta: 2006, Diciembre 02].

Capcha, J. y Vilchez, P. (2005). *La dimensión cognitiva de la crisis contable y la estrategia holística para la recuperación de la confianza*. Instituto de Auditores Internos del Perú. *Revista electrónica El Auditor Interno Globalizado*, 3. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.iaiperu.org/down/Revistanumero032005.pdf>. [Consulta: 2007, Marzo 18].

Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos. (2004). *Comité de Contabilidad. Nota Técnica Instrumentos Financieros*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.cemla.org/gruposdetrabajo/contabilidad>. [Consulta: 2007, Marzo 18].

Diamón, A. (2003). *Una mirada a las Normas Internacionales de Información Financiera y su Adopción en la República de Panamá*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.kpmg.com.pa/Publications/archive/other/NIIIF2.pdf>. [Consulta: 2007, Marzo 30].

Goldberg, R. (2002). *Revelación de información y transparencia: Revelación de información no financiera*. The Third Meeting of the Latin American Corporate Governance Roundtable. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.oecd.org/dataoecd/1/5/2085748.pdf>. [Consulta: 2007, Marzo 18].

Ioannes Paulus II (1993). Carta Encíclica. *Veritatis Splendor*. [Documento en línea]. Disponible: <http://benedictumxvi.va>. [Consulta: 2006, Noviembre 21].

López, H. (2006). *Consideraciones del presidente de la Asociación de Revisores Fiscales*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.supervalores.gov.co>. [Consulta: 2006, Noviembre 16].

Ministerio del Poder Popular para las Finanzas (2005). *Transparencia efectiva y participativa. Entes públicos y privados trabajan por adoptar normas internacionales financieras*. [Documento en línea]. Disponible: http://www.cnv.gov.ve/informacionpublico_pransacnv/normas_internacionales_financieras.php. [Consulta: 2007, Marzo 15].

Organización de las Naciones Unidas. (2005). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.unctad.org>. [Consulta: 2007, Marzo 15].

Ossorio, M. (2001). *Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales*. (28ª ed.). Argentina: Editorial Heliasta.

Rodríguez, A. (1991). *Ética*. (5ª reimp). Pamplona: Eunsa

Ruíz, L.; Florez, L.; García, O.; y Rincón D. (2006). *Adaptación y Adopción de los Estándares Internacionales de Contabilidad*. Universidad de Quindío. Colombia. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.gestiopolis.com>. [Consulta: 2006, Noviembre 20].

Zamorano, E. (2004). *La educación del Contador Público en un entorno global*. [Documento en línea]. Disponible: <http://portal.imcp.org.mx/content/view/1058/134/>. [Consulta: 2007, Marzo, 19].

CONSTRUCCIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN AL PROGRAMA ALIMENTARIO ESCOLAR (PAE)

de la Zona Educativa del Estado Mérida-Venezuela

José Miguel Rodríguez

Lic. en Contaduría Pública
M.Sc. Ciencias Contable
Profesor Instructor de FACES de la Universidad de los Andes
jmiguelr@ula.ve

Recibido 05/12/2006 - Revisado 07/03/2007 - Aceptado 30/03/2007

Resumen

La planificación estratégica es la esencia de la operatividad de toda organización, es la herramienta que viabiliza el éxito de una gestión y el logro de los resultados propuestos. El sector público no escapa de ésta realidad, aunque en la práctica, la planificación se reduce a Planes Operativos Anuales, elaborados para cumplir un requisito que permita la asignación de los recursos económicos y no, porque se correspondan con un diagnóstico integral que permita identificar la situación de la institución y su entorno. La Coordinación del Programa Alimentario Escolar (PAE) de la Zona Educativa N° 14, es un caso que permite evidenciar esa tendencia y fue el objeto de estudio, para lo cual, se enunciaron las bases legales y normativas que rigen el modelo financiero-presupuestario vigente, se caracterizó el proceso de planificación financiera de la Coordinación del PAE, se determinaron las fortalezas y debilidades del proceso de planificación financiera de dicha Coordinación y como resultado, se formularon indicadores financieros y no financieros, basado en la elaboración de un presupuesto por objetivos y metas, como una propuesta factible de ser aplicada en el sector público.

Palabras clave:

Planificación estratégica, programa alimentario escolar, indicadores financieros y no financieros.

Abstract

The strategic planification is the essence of operativity in every organization, it is the tool that makes possible success and achievement of proposed results. Public sector does not escape this reality even though in practice, planification reduces itself to annual operative plans elaborated to accomplish a requisite which allows assignation of economic resources based on a holistic diagnosis to identify the situation of the institution and its surrounding. "The Coordination of the School Feeding Program" of the Educative Zone N°14 is a case that allows the observation of the tendency and which was the object of study and in the process were enounced bases and norms to rule the present financial-budgetary model. The process of financial planification of PAE coordination was characterized, the strengths and weaknesses were determined and finally were formulates some financial indicators, based on the elaboration of a budget and goals, a proposal to be applied in the public sector.

Key Word:

Strategic planification, school feeding program, financial and non- financial indicators.

1. Introducción

El sistema educativo a través de las instituciones educativas, son las garantes de la formación de las generaciones futuras, sentando las bases para el posterior ingreso a la educación superior según las diferentes opciones que existen en el país. Es importante resaltar que estas instituciones son de orden educativo, pero también social, en donde la primacía radica en el saber, pero este término debe acompañarse de un desempeño acorde con el crecimiento humano y espiritual de los educandos, para formar ciudadanos como miembros activos de su comunidad.

Para el logro de dichos fines, las instituciones educativas reciben sus recursos de funcionamiento e inversión del Ministerio de Educación y Deportes (MED) a través de las Zonas Educativas en cada entidad federal. Para que la operatividad de las instituciones sea sostenible en el tiempo, la Zona Educativa N° 14 del Estado Mérida, requiere de recursos financieros oportunos y suficientes para lograr su objetivo: "Garantizar el acceso y permanencia a la educación integral, gratuita y de calidad para todos"

Todo lo expuesto anteriormente, debería desencadenar procesos administrativos y financieros eficientes para garantizar la asignación oportuna de los recursos, sin embargo, en la práctica la Zona Educativa N° 14 del Estado Mérida no ha podido contar con estos recursos, ya que en los últimos años, se han realizado recortes financieros que impiden el normal funcionamiento de los programas como es el caso del Programa Alimentario Escolar (PAE); siendo la única solución la solicitud de crédito adicional, los cuales están sujetos a la disponibilidad financiera de fin de año, proveniente de

ingresos extraordinarios o ajustes por distintos conceptos que se efectúan a nivel central.

En este sentido, el propósito de esta investigación es construir un conjunto de indicadores financieros y no financieros de gestión, que permitan que las etapas fundamentales del presupuesto se cumplan en todas sus facetas, vale decir: planificación, elaboración, discusión, control y evaluación, basados en la elaboración de un presupuesto por objetivos y metas.

2. Desarrollo

2.1. Problema

El Ministerio de Educación y Deportes, como ente público que maneja recursos provenientes del ejecutivo nacional debe elaborar un presupuesto ordinario que frecuentemente sufre recortes que disminuyen la capacidad operativa de la misma, por lo que de manera reiterada esta diferencia se cubre a finales del ejercicio fiscal, a través de créditos adicionales, que son complementos financieros de los presupuestos ordinarios; es decir, una especie de presupuestos extraordinarios, pero la metodología para su elaboración, de acuerdo con Ley Orgánica de Administración Financiera del Sector Público (LOAFSP), es similar. No obstante, que resuelven el problema financiero del momento, por lo general, resultan igualmente insuficientes pero además el uso reiterado de ésta figura es inconveniente ya que los criterios de asignación interna, tienen fallas técnicas.

El problema entonces, es que el presupuesto ordinario que se realiza anualmente no está ajustado a las necesidades reales, razón por la cual, un proceso de planificación con indicadores de gestión, podría ser una alternativa

para mejorar los resultados de la gestión financiera, por medio de indicadores financieros y no financieros.

2.2. Metodología

La investigación es un proceso que alcanza distintos momentos, los mismos deben estar concatenados para que sus resultados sean pertinentes. Este proceso indudablemente debe ser reflexivo y sustentado teórica y empíricamente, con el propósito de generar constructos que permitan la evolución y desarrollo del pensamiento científico.

El plantearse una problemática de investigación con el propósito anteriormente trazado, implica una planificación del proceso que permita llevar a cabo las distintas etapas de forma ordenada y que tienda a resultados confiables.

De acuerdo a Hurtado (2000), las etapas de la investigación dependen del nivel de los objetivos que se pretendan alcanzar y expresa dichos pasos a través de un ciclo metodológico que permite al investigador iniciar su proceso de investigación desde la etapa que se relacione con su objetivo planteado. Esta autora indica que “Los tipos de investigación en este caso se definen por el objetivo, más que por el área del conocimiento en la cual se realiza el estudio, los métodos que se utilizan o la fuente de los datos. Cada tipo de investigación tiene características y procesos propios” (p.48).

Se comienza por la etapa exploratoria hasta llegar al evaluativo, dependiendo del nivel o profundidad de la investigación, sin que necesariamente se deban cumplir todas las etapas en una determinada investigación, eso dependerá de los objetivos planteados.

Para alcanzar la fase proyectiva se requiere del conocimiento situacional del fenómeno; es por ello, que en esta investigación se aplicarán las siguientes etapas: La exploratoria, descriptiva y la analítica, puesto que se necesita un conocimiento profundo de la situación presupuestaria que se viene realizando en la Coordinación del Programa Alimentario Escolar. En consecuencia, la presente investigación es de tipo proyectivo basada en un estudio analítico de los factores que inciden en el proceso presupuestario de la Zona Educativa N° 14 del Estado Mérida. Por otra parte, esta disertación se corresponde con un estudio de caso, puesto que se analizará una situación real de una dirección específica; es decir, se explora, describe y analiza los factores que inciden en el proceso de la formulación, ejecución y control presupuestario y, sus resultados llevarán a una propuesta que sólo es pertinente para la toma de decisiones en la institución.

Partiendo de la identificación y análisis de la visión, misión y estrategias de la Coordinación del Programa Alimentario Escolar de la Zona Educativa N° 14 del Estado Mérida, se determinaron los aspectos a medir a través de indicadores. Los indicadores deben reflejar los resultados muy puntuales de los objetivos, pero también deberán informar sobre el avance para alcanzarlos. Esto es, la mezcla balanceada entre indicadores de resultados e indicadores de actuación es lo que permitirá comunicar la forma de conseguir los resultados y, al mismo tiempo, el camino para lograrlo.

2.3. Resultados

Los indicadores financieros y no financieros que se muestran a continuación, fueron elaborados de acuerdo con la normativa legal vigente

que rige al Programa Alimentario Escolar de la Zona educativa N° 14 del Estado Mérida.

2.3.1. Indicadores Financieros

1. Número de alumnos atendidos por el Programa Alimentario Escolar de la Zona Educativa N° 14 del Estado Mérida
2. Número de Instituciones Educativas atendidas por el Programa Alimentario Escolar de la Zona Educativa N° 14 del Estado Mérida
3. Monto en bolívares rendido del presupuesto aprobado para brindar asistencia alimentaria a los niños, niñas y adolescentes a través del PAE.
4. Número de días atendidos por el programa alimentario escolar.

2.3.2 Indicadores No Financieros

1. Contribución del PAE al ingreso de los niños y niñas, adolescentes y jóvenes atendidos en el sistema educativo.

Con este indicador se busca medir el impacto de la implementación del PAE en las comunidades, al respecto es fundamental tener claro que el aumento en la matrícula de una escuela que se beneficia del PAE, puede ser por el aumento de la población en edad escolar, por cambio de los alumnos de una institución a otra o por incorporación de niños, niñas y adolescentes no escolarizados, al sistema educativo formal.

2. Contribución del PAE a la permanencia y prosecución escolar de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes atendidos en el sistema educativo.

En este caso, el indicador propuesto está orientado a brindar información sobre la medida en que el PAE influye

Figura 1

Indicadores Financieros	
1	<p>Número de alumnos atendidos por el Programa Alimentario Escolar de la Zona Educativa No 14 del Estado Merida</p> $\% \text{ de Alumnos atendidos} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de alumnos atendidos por el PAE}}{\text{N}^\circ \text{ de alumnos programados por atender del PAE}} \times 100$
2	<p>Número de instituciones atendidas por el Programa Alimentario Escolar de la Zona Educativa No 14 del Estado Merida</p> $\% \text{ de Alumnos atendidos} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de Instituciones Educativas atendidos PAE}}{\text{N}^\circ \text{ de Inst. Educ. programados PAE}} \times 100$
3	<p>Monto en bolívares rendido del presupuesto aprobado para brindar asistencia alimentaria a los niños y niñas a través del PAE</p> $\% \text{ Ejecutado del presupuesto} = \frac{\text{Monto en Bs. Ejecutado Presupuesto PAE}}{\text{Monto Total en Bs. Presupuesto Aprobado PAE}} \times 100$
4	<p>Número de días atendidos por el Programa Alimentario Escolar</p> $\% \text{ Días Atendidos} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de Días Atendidos PAE}}{\text{N}^\circ \text{ de Días Programados para atender}} \times 100$

Fuente: Elaboración propia

en la permanencia de los estudiantes en la escuela durante todo el año escolar (disminuyendo la inasistencia diaria) y su prosecución al grado inmediato superior. La información debe ser recabada consultando las estadísticas de la institución educativa antes y después de la puesta en marcha del programa, necesitando la comparación entre varios años para observar realmente la incidencia del PAE en éste indicador.

3. Contribución del PAE en el rendimiento escolar de los niños y niñas, adolescentes y jóvenes atendidos en el sistema educativo.

La razón de este indicador se centra en la influencia de la nutrición balanceada en el mejoramiento de los procesos cognitivos, por lo cual, resulta bastante compleja su aplicación, sin embargo, es de vital importancia ya que el programa alimentario escolar se justifica dentro del Ministerio Educación y Deportes por su contribución al incremento del rendimiento escolar.

4. Suministro de una ingesta alimentaria balanceada y apropiada al grupo etéreo, al turno y/o régimen escolar y a las características socio-culturales de su entorno.

La aplicación de este indicador requiere de la clasificación de la población atendida por grupos etéreos, turno de clases y/o régimen escolar, y, algunas características socio-culturales del entorno. La designación de los grupos etéreos debe corresponderse con la clasificación realizada por el Ministerio de Educación y Deportes. Además, es necesario aclarar que la caracterización socio-cultural debe ser particular a la comunidad, razón por la cual, se proponen sólo unos grupos bastante generales,

como: población rural, urbana, indígena, entre otros.

5. Incorporación activa y consciente de beneficiarios, docentes, padres, representantes y comunidad en general, al seguimiento, evaluación y control de la ejecución del programa alimentario escolar.

Este indicador pretende medir el grado de incorporación de las personas involucradas de manera directa o indirecta con el programa, en las labores de contraloría social, es decir, realizar el seguimiento y evaluación de todo el proceso: Recepción de insumos, verificación de cantidad y calidad de los insumos, conservación y almacenamiento de los productos, preparación y suministro de los alimentos y manejo de los excedentes.

6. Incorporación del componente pedagógico al PAE.

Este indicador esta orientado a medir uno el objetivo del programa relacionado con la incorporación de la toda la información sobre los aspectos alimenticios, tales como: Grupos de alimentos, componentes nutricionales, beneficios de cada alimento para la salud, entre otros. Además incluye los aspectos relacionados con modales y buenas costumbres en la mesa.

7. Fortalecimiento a la economía social y solidaria, por medio del PAE.

La economía social y solidaria, se debe desplegar bajos los principios de desarrollo endógeno, por lo cual, el PAE debería contribuir a este fin, mediante la contratación de: Cooperativas, micro empresas, productores agrícolas, entre otros. En este orden de ideas, el indicador

propuesto, debe medir el grado de incorporación de este tipo de empresas productivas como proveedores del PAE.

3. Conclusiones

I. La normativa legal vigente que rige todo lo concerniente con el proceso de planificación financiera, es cumplida por la coordinación del PAE como ente desconcentrado del Ministerio de Educación y Deportes.

II. Del análisis interno y externo de la Coordinación del Programa Alimentario Escolar de la Zona Educativa N° 14 del Estado Mérida, se puede concluir que la misma presenta fortalezas en un entorno de oportunidades, que le permiten posicionarse como uno de los programas con mayor potencial para contribuir con el mejoramiento en la calidad de vida de los venezolanos y venezolanas enmarcado en el proyecto educativo nacional.

III. La trascendencia de estos resultados permite obtener efectos adicionales a la realidad meramente financiera que suele ser presentada como resultado de los Planes Operativos Anuales (POA) y más aún, en la rendición de cuentas anual que realizan los cuentadantes de los organismos públicos del país. En el caso particular de este trabajo, en el proceso de planificación financiera del PAE es perfectamente aplicable el conjunto de indicadores propuestos, ya que se cuenta con la División de Control de Estudio que maneja las estadísticas de todas las instituciones educativas del estado, necesarias para la aplicación de buena parte de los indicadores no financieros.

4. Recomendaciones

I. En éste orden de ideas, se recomienda la aplicación de la presente propuesta con la finalidad de verificar el cumplimiento de

los objetivos del programa alimentario escolar, tal como están expresados en la visión, misión y objetivos. Para la aplicación de algunos indicadores no financieros es fundamental aplicar esta propuesta antes y después de beneficiarse del programa alimentario escolar, por lo cual el año escolar 2006 – 2007 es un periodo ideal dado el alto porcentaje de instituciones educativas convencionales próximas a ser convertidas en Bolivarianas.

II. Las instituciones que tienen más tiempo disfrutando del programa alimentario escolar, pueden permitir recabar información de suma importancia sobre algunos indicadores no financieros, tal es el caso del Indicador no financiero del rendimiento escolar, ya que los resultados de este indicador no pueden ser observados en períodos cortos de tiempo.

III. En relación con el proceso de planificación financiera del programa alimentario escolar, es importante destacar que para trabajos posteriores sobre la aplicación práctica del presente trabajo, se debe profundizar en la elaboración del presupuesto por proyectos, ya que para el momento de la investigación no se contaba con información detallada sobre el funcionamiento de esta metodología que se implementa por indicación de los entes rectores de la planificación, a partir del año 2006.

IV. El Ministerio de Educación y Deportes ha venido adelantando una propuesta sobre ajustar las fechas de inicio y finalización del año escolar con el año fiscal, es decir, que el comienzo sea en enero o febrero hasta finales de año. Se recomienda que se profundice en dicha propuesta ya que para el desarrollo administrativo del Programa Alimentario Escolar (PAE) sería ampliamente beneficioso.

Referencias Bibliográficas

- Altuve G. (2005). *Balanced Scorecard e Indicadores de Gestión aplicados al Presupuesto Universitario*. Trabajo de Investigación presentado a la Universidad Interamericana de Educación a Distancia de Panamá (UNIEDPA).
- Bastidas, M. (2003). *Contabilidad y Gestión en el Sector Público Venezolano*. Mérida Venezuela, Talleres Gráfico de la FACES – ULA
- Beltrán, J. (1999). *Indicadores de Gestión*. Bogotá Colombia.
- Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948)
- Declaración Universal de los Derechos del Niño (1959)
- Fernández, P. (1999). *Valoración de Empresas*. Barcelona: Gestión 2000.
- Francés, A. (2001). *Estrategia Para La Empresa En America Latina*. Caracas: Ediciones IESA.
- Guevara. I. (1998) *Auditoría de Gestión*. IV Jornadas Andinas de Actualización profesional del Contador Público. Mérida Vezuela.
- Gitman L., Mc Daniel C (1995). *El mundo de los negocios*. México: Harla.
- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la Investigación Holística*. Caracas: SYPAL,
- Debates IESA (1999). *Empresas Pequeñas Grandes Negocios*. Caracas.
- Jarrillo, J (1992). *Dirección Estratégica*, España: Mc Graw Hill.
- Leif E. y Michael S. (1999). *El Capital Intelectual*. Bogotá: Norma.
- Manual del Programa Alimentario Escolar, Ministerio de Educación y Deportes. (2005). Caracas – Venezuela.
- Ogliastri, E (1992). *Manual de Planeación Estratégica*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Sabino, C. (1992). *Proyecto de Investigación. Guía para su Elaboración*. Caracas: Episme.
- Sallenave, J. – Paul (1990). *Gerencia y Planeación Estratégica*. Bogotá: Norma.
- Serna, H. *Gerencia Estratégica: Planeación – teoría y metodología*. Bogotá: Global. (1997)
- Steiner, G. (1984). *Planificación Estratégica*. CECSA. México D.F. Steiner. George A. *Planeación Estratégica. Lo que todo director debe saber. Una guía Paso a Paso*. México: C.E.C.S.A.
- Stoner, J. y R. Freeman E. (1996). *Administración*. México: Prentice-Hall.
- V
anHorne, J. (1993). *Administración Financiera*. 2ª edición en español. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Welsch, G. (1990). *Presupuestos. Planificación y control de utilidades*. 2ª edición en español. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.

Limitación a la banca por Internet internacional debido a la inexistencia de una regulación uniforme.

Mónica Villanueva

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales.
Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales.
Profesora asociada a tiempo completo Universidad de Vigo
monicavv@uvigo.es

Recibido 19/06/2006 - Revisado 08/11/2006 - Aceptado 24/11/2007

Resumen:

El objetivo de este trabajo es analizar, a través de la regulación existente en Estados Unidos y en la Unión Europea, cuál es la situación real sobre la posibilidad de acceso de las entidades bancarias a clientes potenciales de otros países a través de la vía Internet.

La metodología utilizada es de carácter descriptivo obteniendo como principal conclusión que la deseabilidad por parte de las entidades bancarias de captar clientes en otros países distintos del de origen, debido a la, en principio, facilidad de acceso a los mismos mediante Internet, exige a las entidades bancarias conocer la regulación existente en dichos países y, en la mayoría de los casos, esta regulación sobre banca transterritorial es confusa. Esto supone para la banca un incremento importante de su riesgo legal y reputacional, y para el potencial cliente: desconfianza e inseguridad a trabajar con bancos por Internet de otros países.

Palabras clave:

Internet, Banca, Regulación, Transterritorialidad.

Abstract:

The aim of this work is to analyze through the existent regulation in the United States and the European Union which is the real situation about the possibility of access of the banking entities to potential customers of other countries through the Internet.

The methodology used has a descriptive measure and its main conclusion is that the desire of banking entities of winning over customers in different countries from that of the origin, due to the easiness of access they find through the Internet, demands to the banking entities to know the existent regulation in these countries. In most of the cases this regulation about transterritoriality is unclear. This fact involves for banking an important increase of its legal and considered risk, and for the potential customer: distrust and uncertainty of working with banks of other countries through the Internet.

Key words:

The Internet, Banking, Regulation, Transterritoriality.

1. Introducción

El desarrollo paulatino que se ha observado en el número de usuarios de Internet ha supuesto que también en relación con la banca on-line cada vez sean más las personas que acceden a los servicios de dichas entidades financieras. Podemos comparar la evolución en el número de usuarios de banca on-line entre Estados Unidos y la Unión Europea a través del gráfico 1. En él se puede observar que el número de usuarios es similar en los años 1999, 2000 y 2001, si bien en el año 2002 se produce una pequeña diferencia a favor de la Unión Europea, pues mientras en Estados Unidos el número de usuarios es de 24,2 millones, en Europa se eleva hasta las 27,1 millones de personas que tienen cuentas en la Banca por Internet. No obstante, el volumen de potenciales clientes aplicando esta estrategia de banca es mucho más alto si el objetivo de ésta fuese no sólo los clientes nacionales sino los internacionales, gracias a la posibilidad de acceso que supone Internet como red global de comunicaciones. En este trabajo analizamos cuál es la legislación relativa a banca por internet tanto en Estados Unidos como en Europa, previendo la posibilidad de desarrollarla a nivel internacional donde, por tanto, se ofrezcan los productos y servicios bancarios a clientes de países transfronterizos. Para ello es necesario establecer cuál es la regulación existente en relación con la banca transfronteriza y hasta qué punto es aplicable a la banca por internet. Finalizamos el presente estudio con las conclusiones alcanzadas.

2. Legislación sobre la Banca por Internet

La legislación existente en un espacio económico limita y define los términos de desarrollo de una actividad financiera. En el caso de la banca on-line, hay que dejar constancia de la diferente normativa de los países en los que las nuevas tecnologías han afectado a la actividad bancaria, de forma constatable.

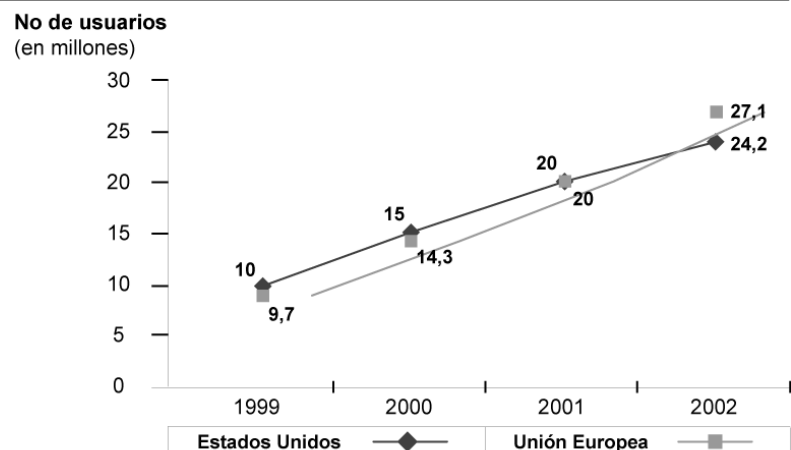
2.1. Estados Unidos

Históricamente, desde la promulgación del *Dual Banking System* existían dos restricciones propias del régimen bancario norteamericano: el ámbito de actuación de las entidades de crédito se circunscribía al ámbito estatal, independientemente de que se tratase de bancos nacionales o estatales; además se limitaba el régimen de actuación de dichas entidades.

En cuanto a la restricción geográfica, hasta 1994 la única forma de expandirse interestatalmente era a través de las adquisiciones bancarias, mediante la creación de los *Bank Holding Companies*, que son compañías

Gráfico 1

Evolución de usuarios de la banca on-line



Fuente: www.datamonitor.com y elaboración propia

mercantiles que controlan diversos bancos y cuyo régimen de supervisión se ejerce por la Reserva Federal, así como por las propias agencias supervisoras de los bancos ulteriores. En septiembre de 1994 se aprobó la *Reigle-Neal Interstate Banking and Branching Efficiency Act* (Ley de eficiencia de la banca interestatal y sus sucursales de Reigle-Neal) que permitió, a partir de 1995, a los holdings financieros, y de 1997, a los bancos comerciales la apertura de sucursales por todo el país (Berges y Martín-Albo, 2001, p.22).

En relación con la restricción operativa, el Congreso autorizó en 1999 la *Financial Services Modernization Act* (Ley de modernización de los servicios financieros) que permite a los bancos comerciales desarrollar actividades del área de seguros y valores (Madura, 2001, p.476). En octubre de 1999 se promulga la *Gramm-Leach-Bliley Act* que deroga la segmentación entre banca comercial y de negocios y permite que se produzcan fusiones entre bancos, firmas de valores y compañías de seguros (Berges y Martín-Albo, 2001, p.22).

Respecto a la Banca por Internet es la *Gramm-Leach-Bliley Act*, en su sección 729, la que exige el estudio de la legislación existente que permita su adaptación a la misma.

Para su consecución, en noviembre de 2001, los organismos reguladores de las instituciones financieras de los Estados Unidos¹, es decir, *Board of Governors of the Federal Reserve System, Federal Deposit Insurance Corporation, Office of the Comptroller of the Currency, Office of Thrift Supervision y The National Credit Union Administration*, elaboraron un informe (*Report to the Congress on Review*

of Regulations Affecting On-line Delivery of Financial Products and Services) que ha sido remitido al Congreso de los Estados Unidos. En dicho informe se realiza un análisis de las regulaciones que afectan a la entrega on-line de servicios y productos financieros.

Distinguen entre las regulaciones conjuntas del FFIEC y aquellas de carácter individual emitidas por cada uno de los organismos reguladores.

* Regulaciones conjuntas:

- *Financial Institutions Reform, Recovery and Enforcement Act* de 1989. Se observa que es válida tanto para la banca tradicional como para la banca on-line.

- *National Flood Insurance Act* de 1968 y *Flood Disaster Protection Act* de 1973: deben completarse con la sección 101 (c) de la *E-Sign Act*, de forma que se permita proveer la noticia no sólo de forma escrita sino también electrónicamente.

- *Depository Institutions Management Interlocks Act*: se basa sobre concepciones geográficas y no puede ser aplicada, por tanto, a instituciones financieras que presten sus productos y servicios on-line.

* Regulaciones de la Junta de Gobernadores de la Reserva Federal:

Destaca que la Regulación B no necesita modificación alguna puesto que incorpora los requerimientos de la Ley de Firma electrónica y el resto de las regulaciones ya han sido modificadas previamente, para su adaptación a la entrega electrónica de datos (tabla 1).

Los otros cuatro organismos re-

¹ Estos cinco organismos reguladores se integran en el *Federal Financial Institution Examination Council* (FFIEC, Consejo Federal de Inspección de las Instituciones Financieras).

Limitación a la banca por Internet internacional debido a la inexistencia de una regulación uniforme

Tabla 1

Regulación de la Junta de Gobernadores de la Reserva Federal		
Regulación	Fecha	Objetivo
Regulación E: Electronic Fund Transfer Act	1996	Permitir las autorizaciones electrónicas en cargos preautorizados desde las cuentas de depósito de los clientes
	1998	Toda la información puede ser entregada electrónicamente
Regulación CC: Availability of Funds and Collection of Cheks	1997	Permitir la divulgación de la información en formato electrónico
Regulación Z: Truth in Lending	1997	Permitir la entrega electrónica de los estados periódicos

Fuente: Elaboración propia

guladores no observan la necesidad de revisar sus regulaciones ni la emisión de una normativa específica sobre Banca por Internet ya que la existente, propia de la banca tradicional, es aplicable también a la banca on-line; si bien han elaborado un conjunto de estudios y documentos formativos (tabla 2) para aquellas entidades que deciden desarrollar este tipo de estrategia.

2.2. Unión Europea

La globalización de los mercados financieros ha supuesto la necesidad de desarrollar una labor de supervisión prudencial a nivel internacional.

Existe un conjunto de regulaciones que permite hablar de supervisión a nivel global. Es importante señalar, en este sentido, la *International Banking Act* (IBA, Ley de Banca Internacional), que regula las mismas normas tanto para los bancos de Estados Unidos como extranjeros que operen en dicho país.

En el ámbito comunitario es destacable el Acta Única Europea, que regula a todos los bancos europeos que actúan en la Unión Europea.

Por último, el Comité de Basilea² que estableció, en 1988, un coeficiente mínimo de recursos propios uniforme para todas las entidades bancarias de los países representados en dicho Comité. Re-

cientemente ha sido objeto de reforma mediante la publicación del Nuevo Acuerdo de Capital de Basilea (Basilea II), que entrará en vigor en el año 2006. El Comité de Basilea distribuye sus actuaciones en diversos grupos de trabajo. Entre ellos, y en relación con la Banca por Internet ha creado el *Electronic Banking Group* (Banco de España, 2001 b, p.13) que ha publicado dos estudios: en octubre de 2000, "*Electronic banking group initiatives and white papers,*" y en mayo de 2001, "*Risk management principles for electronic banking*".

La Unión Europea, a su vez, ha promulgado dos Directivas relativas a la sociedad de la información y la firma electrónica, que si bien no tienen como objetivo la regulación de la banca por internet, sí deben ser tenidas en cuenta por las entidades bancarias que desarrollan esta estrategia. Son: la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 08 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico) y la Directiva 1999/93/CE del Parlamento Europeo y del

² "El Comité de Supervisión Bancaria de Basilea es un foro de debate, enclavado dentro del Banco para Pagos Internacionales de Basilea, cuyo fin es garantizar la supervisión eficaz de la actividad bancaria en el mundo. No tiene autoridad supervisora ni capacidad legislativa pero sus acuerdos y recomendaciones son adoptados por los entes supervisores en todo el mundo" (Cervera, 2002, p.40). Fue creado en 1974 y está formado por representantes de los bancos centrales y de los organismos distintos de los bancos centrales pero con competencias en materia de supervisión bancaria de 13 países: Alemania, Bélgica, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, Luxemburgo, Países Bajos, Reino Unido, Suecia y Suiza.

Consejo, de 13 de diciembre de 1999, por la que se establece un marco comunitario para la firma electrónica.

El *European Committee for Banking Standards* emitió en octubre de 1999 un documento titulado "*Electronic Banking*" y utilizándolo como soporte ha publicado, en agosto de 2001, el documento "*European Electronic Banking Standards Framework*".

El Sistema Europeo de Bancos Centrales creó en 1998 el Comité de Supervisión Bancaria, que desde esa fecha ha publicado diversos informes relacionados con la banca. En julio de 1999 ha elaborado el documento en relación con la banca on-line, "*The effects of technology on the E.U banking systems*", pero no una normativa específica que regule la banca por Internet.

3. Regulación de la Transterritorialidad

Dado que Internet se caracteriza por ser una red global, las entidades financieras pueden ver en este sistema de comunicación una forma fácil y barata de entrar en nuevos mercados geográficos, sin necesidad de establecer una sucursal física, salvo que las disposiciones reguladoras del país local así lo exijan.

En la mayoría de los países europeos, así como en Estados Unidos, en cuanto a la autorización para operar, se exige una licencia para poder iniciar las actividades (Nsouli y Schaechter, 2002, p.49). Esto no supone problema alguno, pues la entidad bancaria deberá someterse a la legislación del país de acogida.

En el caso de las entidades bancarias que forman parte de algún país de

la Unión Europea y decidan la apertura de una sucursal o la prestación de servicios en algún otro país perteneciente a la Unión Europea, se regula mediante lo que se conoce como "pasaporte comunitario", establecido en la Segunda Directiva de Coordinación Bancaria (Directiva 646/89/CEE), incorporada en la actualidad a la Directiva Bancaria Codificada (Directiva 12/2000/CE). De esta forma, aquellas entidades que hayan sido autorizadas en su país de origen no necesitan revalidar dicha autorización en otro país que forme parte de la Unión Europea; únicamente se exige una notificación del supervisor del país de origen. La supervisión de estas sucursales correrá a cargo del país de origen, salvo en lo que respecta a la supervisión de la liquidez que es competencia de la autoridad supervisora del país de acogida. Por tanto, aquella entidad que haya sido autorizada en su país de origen podrá ejercer las actividades propias de una entidad de crédito en cualquier país de la Unión Europea, tanto a través de sucursales como mediante la libre prestación de servicios, en base a este principio de reconocimiento mutuo (Latorre, 1997, p.120).

Las dudas surgen cuando una entidad bancaria decide prestar sus servicios y productos a residentes en otro país donde no tiene licencia bancaria para su establecimiento. Es lo que se conoce como actividades de banca electrónica transfronteriza (CSBB³, 2003, p.4). Para ello, lo primero que debe decidir la autoridad supervisora es cuándo se puede entender que una entidad está ofertando sus productos y servicios a los residentes de su país. El CSBB (2003, pp: 12-13) entiende que, independientemente de que las autoridades supervisoras puedan utilizar sus propios indicadores, deberían considerar los siguientes aspectos:

3 Sigla de Comité de Supervisión Bancaria de Basilea

Limitación a la banca por Internet internacional debido a la inexistencia de una regulación uniforme

1. “El tipo y el tamaño de la actividad de banca electrónica con los residentes locales”.

2. “Si la página web del banco extranjero se presenta en el lenguaje y/o la moneda de los residentes locales del país. Esto podría indicar la intención del banco de tomar como objetivo a los residentes de una jurisdicción específica pero podría necesitar, en la mayoría de los casos, ser complementada con otros indicadores”. Y esto porque hay lenguas y monedas comunes para diversos países. Por ejemplo, si un banco español presenta su información en dicha lengua no tiene por qué significar que se esté dirigiendo a los países hispanoamericanos. A su vez, este banco usará euros y tampoco se puede sacar en conclusión que se esté dirigiendo a los residentes del resto de los países de la Unión Europea.

3. “Si la página web de un banco extranjero usa un nombre de dominio de Internet de un tipo reservado para o identificado con el mercado local, o por otra parte diseña su página web de forma que (i) sugiere que está localizado en la jurisdicción local, u (ii) oculta su localización geográfica; y / o

4. Si el banco extranjero anuncia o vende productos y servicios de banca electrónica directamente a los residentes locales vía canales tales como televisión local, medios impresos, o correos electrónicos directos. Tal marketing directo podría generalmente implicar que el banco tiene intención de hacer negocios con los residentes locales”.

5. “Si hay indicadores cuantitativos que podrían ser parte de una prueba material”

En este caso, se establece que

deberá haber una cooperación entre las autoridades supervisoras del país de origen de la entidad financiera y las del país local donde pretenda desarrollar su actividad.

Las autoridades supervisoras del país local pueden adoptar tres posturas (CSBB, 2003, pp. 10-11):

* Cuando consideran que las actividades que desarrolla la entidad bancaria no tienen interés desde su punto de vista. En este caso, únicamente tienen en cuenta si dichas actividades están siendo supervisadas por su país de origen y si es necesario establecer un plan de coordinación conjunto entre el supervisor del país de origen y éste. Pueden también informar a la entidad de las leyes que le van a ser aplicables en el país.

* Cuando estiman que la entidad que desarrolla actividades de banca electrónica transterritorial está violando alguna de las leyes locales pueden optar entre las siguientes opciones: informar al banco de su incumplimiento, informar a la autoridad supervisora de origen de dicha situación, avisar a los residentes locales y, por último, tomar las medidas correctivas que estimen pertinentes.

* Finalmente, si tienen conocimiento de que una entidad quiere prestar sus servicios de banca electrónica transterritorial y no tiene una supervisión bancaria efectiva en el país de origen porque, por ejemplo no sea un banco el que desarrolla dicha actividad, pueden intentar restringir su actuación con los residentes locales.

La Banca por Internet transterritorial en Estados Unidos (Rice, 2000, pp: 3-5) se atiene a la siguiente reglamentación: los bancos extranjeros que quieran, a través exclusivamente de una página web, acceder a potencial clientela en los

Estados Unidos de América, deben tener en cuenta diversos aspectos:

a) Cuando el objetivo sea la prestación de productos y servicios bancarios, el primer aspecto a resaltar es que no tienen que regirse por la *International Banking Act*⁴ de 1978, que también exige la obtención de una licencia adicional de la *Office of Comptroller of the Currency*, en caso de que se quiera actuar a nivel federal. Si el objetivo es únicamente estatal, sólo exige autorización del Estado en el que se quiera operar. Esta Ley se aplica a los bancos extranjeros que quieran ejercer su actividad en Estados Unidos a través de una oficina física. Por tanto, en el caso de la banca virtual no se exige la adecuación a la misma.

b) Las normas que sí deben considerar son las aplicables en el Estado que quiera operar. Por tanto, tiene que tener claro en qué estados del país va a trabajar o, en último caso, si lo que hace es tener operativa la web para cualquier potencial cliente de Estados Unidos. Deberá, en este caso adecuarse a la distinta regulación de cada uno de los Estados.

c) Cuando un banco extranjero quiera vender depósitos a inversores estadounidenses debe tener en cuenta que aquellos se encuentran sometidos a la norma denominada *Interagency Statement on Retail Sales of Nondeposit Investment Products*. Esta exige que dichos bancos pongan en conocimiento de los potenciales inversores que esos depósitos no van a estar asegurados por la *Federal Deposit Insurance Corporation*.

d) En el caso de una posible prestación por parte de un banco extranjero de servicios no bancarios la

IBA establece que existen un conjunto de restricciones reguladas en la Sección 4 de la *Bank Holding Company Act* de 1956. Entre estas, la necesidad de aprobación por parte de la Reserva Federal. Esas restricciones se implementan a través de la regulación K de la Reserva Federal. Y esta misma regulación establece que se aplicará a bancos que desarrollen su actividad a través de una oficina física o incluso una oficina de representación. Por tanto si el desarrollo de las actividades no bancarias se produce a través de un banco extranjero, que no abre ningún tipo de oficina sino que las oferta a través de internet, se puede concluir que no se le aplicará esta regulación K, y por tanto, no necesitará autorización de la Reserva Federal para poder operar.

e) Finalmente, en relación con las operaciones de brokerage la *Securities and Exchange Commission* establece que todas las operaciones con valores producidas en los Estados Unidos deben ser registradas por ella. No obstante, la propia SEC plantea que no se exigirá el registro a aquellas entidades bancarias extranjeras que, aún cuando su página web sea accesible desde los Estados Unidos, en ella se establezca de forma clara que no se está dirigiendo a inversores de este país.

Para el caso de la banca transterritorial en Europa, en particular para la banca electrónica, debemos hacer referencia a dos directivas: la directiva sobre comercio electrónico y la directiva relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros⁵, que si bien no regulan de forma específica la banca por internet sí deben ser tenidas en cuenta por ésta.

4 Más conocida por sus siglas: IBA

5 Directiva 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de septiembre de 2002 (DOCE L 271, de 9 de octubre de 2002)

6 A los efectos de la presente Directiva, se entenderá por "servicio financiero" todo servicio bancario, de crédito, de seguros, de jubilación personal, de inversión o de pago (Banco de España, 2003, p.96)

Limitación a la banca por Internet internacional debido a la inexistencia de una regulación uniforme

La directiva sobre comercio electrónico establece que “los estados miembros donde están los consumidores del servicio no pueden imponer requisitos propios que restrinjan la libertad de prestación de servicios” (García, 2002, p.231). Por tanto, a cada entidad se le aplicarán los requisitos exigidos en su país de origen y deberán cumplir con la directiva de comercio electrónico una vez transpuesta a la legislación nacional.

La directiva 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de septiembre de 2002, relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros⁶ debe transponerse a los ordenamientos nacionales como plazo máximo en octubre de 2004. En España es una cuestión pendiente. Esta directiva define el contrato a distancia como “todo contrato relativo a servicios financieros celebrado entre un proveedor y un consumidor, en el marco de un sistema de venta o prestación de servicios a distancia organizado por el proveedor que, para este contrato, utilice exclusivamente una o varias técnicas de comunicación a distancia hasta la celebración del contrato, incluida la propia celebración del contrato”. En esta directiva se regulan los derechos de los consumidores, así como la información que debe estar disponible en las páginas webs antes de la celebración de un contrato. El consumidor deberá recibir información acerca de: la identidad del proveedor, actividad principal, domicilio social, registro mercantil en que esté inscrito, datos de la autorización para poder operar, precio que debe pagar el consumidor por el servicio financiero indicando comisiones, cargas y gastos, etc.

Para las actividades de banca electrónica transterritorial no solamente se debe tener en cuenta la regulación de su supervisión, sino también cómo afectan

dichas actividades a los distintos riesgos bancarios.

El riesgo legal y el riesgo reputacional de las entidades financieras que decidan realizar operaciones de banca electrónica de naturaleza transterritorial se verán afectados. Dichas entidades tendrán no sólo que conocer las leyes de su país de origen, sino también las de los países donde quieren comenzar a prestar sus servicios, pues si no puede ocurrir que sin saberlo estén infringiendo normas legales, lo que supone un mayor riesgo legal. Deberán tener en cuenta que podrían existir importantes diferencias entre las regulaciones de los distintos países en relación con la autorización bancaria, su supervisión y la protección de los consumidores. Por otro lado, estas entidades deberán ofrecer en su página web toda la información relativa a su denominación social y país de origen, que permita a los potenciales clientes transfronterizos decidirse a contratar con ellas. Esta posición supondrá una reducción del riesgo reputacional (CSBB, 2003, p.7).

4. Conclusiones

El Sistema Bancario en Estados Unidos fue hasta mediados de la década de 1990 un sistema cerrado donde incluso la capacidad de las propias entidades del país en cuanto a apertura de sucursales físicas en estados distintos del de origen estaba muy limitada. A su vez, la capacidad operativa era muy restringida. La *Reigle-Neal Interstate Banking and Branching Efficiency Act* de 1994 así como la *Finantial Services Modernization Act* y *Gramm-Leach-Bliley Act* de 1999, permitieron superar ambas limitaciones.

Los organismos reguladores de las instituciones financieras en Estados Unidos, integrados en el FFIEC observaron

la necesidad, ante la implantación de la Banca por Internet en este país de adaptar la regulación existente a la vía on-line modificando las regulaciones existentes para que fuesen aplicables a la vía electrónica y promulgando, de forma específica, en el año 2000 una Ley federal sobre firma electrónica denominada *Federal Electronic Signatures in Global and National Commerce Act*.

En la Unión Europea no se han promulgado normas que regulen de forma específica la Banca por Internet. No obstante, sí se han promulgado directivas relativas a la sociedad de la información y a la firma electrónica que aún no haciendo referencia explícita a la banca por internet deben ser tenidas en cuenta por estas entidades en tanto en cuanto, por un lado, son entidades que realizan su operativa a través de la Red y, por otro, el desarrollo y uso de la firma electrónica mejora los niveles de seguridad que ofrece la banca por internet.

Según el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, es indicador de que una entidad bancaria originaria de un determinado país, ofrece sus productos y servicios a los residentes de un país distinto, cuando presenta una página web en el lenguaje y moneda de este último país. Aunque no puede ser considerado por sí sólo debido a que hay idiomas universales como el español y el inglés, así como monedas que son las propias de múltiples países como ocurre con el euro para los países de la Unión Monetaria Europea.

Desde el punto de vista de la entidad bancaria, aún cuando Internet es una red global y teóricamente puede facilitar la captación de clientela, en la

práctica es difícil desarrollar una banca por Internet transterritorial puesto que puede verse afectado el riesgo legal de aquellas entidades que decidan desarrollar este tipo de estrategia. Necesitan no sólo conocer y cumplir con los requisitos legales del país de origen sino también los del de acogida pues en definitiva lo que se hace es abrir una sucursal virtual en este país, como es el caso de Ingdirect en España.

Desde el punto de vista del cliente bancario, en la Unión Europea a través de la directiva sobre comercialización a distancia de servicios financieros se regulan los derechos de los consumidores así como se indica cuál debe ser la información que tienen que otorgar las entidades en sus páginas webs en relación a su identificación y las tarifas de los servicios financieros que prestan. De esta forma, los residentes de los países de la Unión Europea pueden decidir la contratación de servicios financieros a través de Internet con entidades que aún no teniendo sucursales físicas en el país, aportan información suficiente sobre la entidad y sus productos y les permiten adoptar la decisión con mayor coherencia. Con países de estados no miembros de la Unión Europea, hay que ceñirse a los acuerdos internacionales.

En definitiva, a pesar del aparente atractivo que puede suponer el poseer una masa crítica de potenciales clientes a nivel mundial, lo cierto es que la oferta de banca por Internet se circunscribe al ámbito territorial nacional. Y puesto que no existe una regulación uniforme también es destacable la desconfianza que se genera en dichos clientes teniendo en cuenta, además, los casos de fraude bancario a través de Internet, como *phising* o *pharming*, que aunque en países como

⁷ Se estima que sólo en el año 2003 se estafó mediante la técnica del phising más de 1.000 millones de euros a las entidades financieras de este país (Centro Europeo del Consumidor)

Limitación a la banca por Internet internacional debido a la inexistencia de una regulación uniforme

España son recientes y escasos, en otros como los Estados Unidos comienzan a ser preocupantes⁷.

Referencias Bibliográficas

Banco de España (2001b): **Memoria de la Supervisión Bancaria en España**, obtenido en: www.bde.es (consulta: 18 de abril de 2003)

Banco de España (2003): Regulación Financiera: Primer Trimestre de 2003, **Boletín Económico**, abril, pp. 83-100.

Berges, A; Martín-Albo, M.A (2001): El Sistema Bancario en Estados Unidos: ¿lecciones para el español?, **Análisis Financiero Internacional**, nº 105, tercer trimestre, pp. 21-29.

Centro Europeo del Consumidor (2005): El timo del phishing, obtenido en: <http://cec.consumo-inc.es> (consulta: 21 de marzo de 2005).

Cervera Ruiz, P (2002): Cómo afectará a la relación banca-pyme la nueva perspectiva de gestión del riesgo del Acuerdo de Basilea, **Estrategia Financiera**, nº 187, septiembre, pp. 39-47.

Comité de Supervisión Bancaria de Basilea (2003): **Management and Supervision of Cross-Border Electronic Banking Activities**, Bank for International Settlements, Julio.

García Santos, M. N (2002): Tecnología y Mercados Financieros, **Papeles de Economía Española**, nº 94, pp. 218-237.

Latorre Díez, J (1997): **Regulación de las entidades de crédito en España**, Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas para la Investigación Económica y Social, Madrid.

Madura, J (2001): **Mercados e Instituciones Financieros**, Ed. Thomson Learning, 3ª edición, México D.F.

Nsouli, S.M; Schaechter, A (2002): Desafíos de la Revolución de la Banca, **Finanzas & Desarrollo**, vol. 39, nº 3, pp: 48-51, septiembre.

Rice, G (2000): U.S. Banking regulation and the Internet, **The Review of Banking & Financial Services**, marzo, vol. 16, obtenido en: www.simpsonthacher.com (consulta: 23 de Julio de 2003).

Tabla 2

Estudios relacionados con banca por Internet de FDIC y OCC.		
Organismo Regulador	Fecha	Estudio realizado
FDIC	29/11/2000	Risk Management of Technology Outsourcing
	9/11/2000	Bank Technology Bulletin, Internet Domain Names
	2/11/2000	Electronic Signatures in Global and National Commerce Act
	3/10/2000	Security Monitoring of Computer Networks
	21/9/2000	On-line banking
	18/12/1997	Security risks associated with the internet
OCC	04/2/1998	Technology Risk Management - Guidance for Bankers and Examiners
	Enero 2001	The internet and the National Bank Charter, como parte de Comptrollers Corporate Manual

Fuente: Elaboración propia

Dalia Barrera Bassols (comp.), Empresarias y ejecutivas, Mujeres en el poder, México, El Colegio de México,

2001. 209 pp. ISBN 968-12-0977-X.

Ma. Elena Camarena A.

Lic. en Administración de Empresas.
Especialista en Administración Pública.
M.Sc. en Educación Superior.
Candidata a Dr. en Estudios Latinoamericanos.
Profesora de la Universidad Nacional Autónoma de México.
mcamarena_adame@hotmail.com

El trabajo coordinado por Dalia Barrera consiste en un análisis sobre el papel que han jugado las mujeres en el mundo empresarial. La incursión de las empresarias inició en la década del 70, tanto en los países industrializados como en las naciones en desarrollo. Un aspecto importante, del trabajo de las mujeres es que comienza en momentos de crisis económicas, por lo que uno de los aspectos interesantes es “que la mano de obra femenina ha ingresado a ciertos sectores donde el trabajo que desempeña es, de alguna manera, una extensión de las labores que realiza como responsable del hogar” (p. 10). Inserción que en México ha propiciado un cambio en el orden social, ya que se ha incrementado la participación en áreas que tradicionalmente han sido del dominio masculino. Así, investigadores como Stanworth y Curran han sugerido que en las economías capitalistas donde aún persiste el dominio masculino, para las mujeres ha sido “posible lograr un mayor grado de autonomía personal o autodeterminación mediante la acción individual, como distinta a la acción colectiva” (p. 13). Estas ideas, entre otras las que se profundizan a lo largo de los trabajos expuesto editados en la compilación. Así el libro se compone de un total de cuatro capítulos, con una introducción general de M^a Guadalupe Serna Pérez.

En el primer capítulo “Las empresarias en México: una visión comparativa regional y global, escrito por Gina Zabludovsky, se presenta una investigación que aborda los aspectos de la presencia de las empresarias, sobretodo, en la pequeña empresa. En este trabajo expone las dificultades por las que atraviesan y la manera como las superan. Con respecto a esto último señala “ La escasa participación de las mujeres empresarias en las principales representaciones del sector privado se hizo evidente en la integración del grupo de asesores de la Coordinación Empresarial en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio [...]” (p. 36). Sin embargo, continúa la autora “hacia fines de los ochenta surgen y se consolidan diversas asociaciones y [...] se organizan distintos foros que se proponen expresar y representar el interés específico de las mujeres empresarias” (pp. 36-7).

Posteriormente la autora presenta datos sobre las características del trabajo de la mujer en distintos estados de la República, así como la concepción que de ellas se tiene como sustento familiar. Ahora bien, a pesar de que las estadísticas muestran que el empresariado femenino sólo representa el 7.3 puntos porcentuales, hay que señalar que cada vez más se están abriendo los espacios.

Otro trabajo es el que presenta Ma. Guadalupe Serna Pérez, “Empresarias y relaciones de género en dos ciudades de provincia”. Estudio que enfoca las características del trabajo en la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en Aguascalientes, la capital del Estado del mismo nombre y Córdoba y Orizaba en Veracruz (con lo cual ya son tres ciudades de provincia, no dos, aunque en el cuerpo del trabajo ella habla de “dos zonas”, ya que están conurbadas). En opinión de la autora, en Aguascalientes se encontró con una mano de obra preparada, con disposición al trabajo asalariado fabril, lo que posibilitó la inserción de las mujeres en el sector productivo en organizaciones de pequeños propietarios.

Por otra parte, en Córdoba-Orizaba las empresas tanto industrial como agrícola están conectadas, así las empresas textiles, cervceras, cementeras, papeleras, etcétera, las mujeres empresarias se orientan “sobre todo a los sectores de los servicios y el comercio, por lo que el tipo de empresas que requieren organización entre propietarios son poco frecuentes” (p. 97). Con respecto a las razones para elegir el ámbito de trabajo, Serna Pérez señala que las actitudes excluyentes de los empresarios, que constituyen experiencias poco satisfactorias en su actividad como profesionales, las llevó a independizarse.

En el tercer escrito “Mujeres en los negocios, y mujeres de negocios” de Patricia Arias, analiza el cambio que han experimentado las mujeres en el ámbito profesional en seis localidades del Occidente del país: San José de Gracia, en Michoacán; concepción de Buenos Aires, Tonalá y Zapotlanejo, en Jalisco; Irapuato y San José Iturbide, en Guanajuato. Éstas se caracterizan por ser localidades rurales y ciudades pequeñas y medianas en las que la autora encontró con nitidez “los factores de cambio y la combinación de elementos que han hecho posible el desarrollo de empresarias antes y ahora” (p. 42).

En el primer apartado Arias señala el papel que cumplieron de 1950 a 1980,

el cual se caracterizó por mostrar como el trabajo de las mujeres no eran las actividades agrícolas, sino que principalmente se orientó hacia los quehaceres manufactureros y pecuarios, quehaceres que tradicionalmente se llevaban a cabo como extensiones del trabajo doméstico, “por lo que se inscribía en la lógica de la colaboración conyugal” (p. 150). Esto mismo, señala Arias ha propiciado que históricamente la mujer trabajadora ha sido bien valorada en las zonas rurales “siempre y cuando ese atributo femenino contribuya al éxito de los negocios de los hombres de su familia” (p. 150).

En el segundo apartado, “Mujeres de negocios (1980-1995)”, señala que las empresarias se caracterizan por su capacidad de movilidad espacial, esto es giras de trabajo en la que mujeres que nacieron en la Ciudad de México, han visto la crisis que allí se ha desarrollado por lo que decidieron quedarse a vivir en las zonas señaladas. Otra de las características de este nuevo grupo de empresarias, es que algunas tuvieron la oportunidad de estudiar en las capitales de los estados respectivos, por lo que el hecho de vivir solas y tener que resolver sus problemas las preparó para separarse del núcleo familiar y comenzar su propio trabajo. Sin embargo señala “aunque las empresarias no suelen tener resentimientos al respecto, puede decirse que se trata de una generación de mujeres marcada por la certeza de la existencia de diferencias y jerarquías entre hombres y mujeres” (p. 165). De allí la importancia del estudio en el desempeño de las empresarias.

En el cuarto y último trabajo: “Ejecutivas: una nueva presencia en los espacios de poder”, de Griselda Martínez Vázquez, se exponen algunos rasgos del perfil de las empresarias. Como un ejemplo, la autora señala que las características de personalidad como seguridad, el superior juicio la capacidad de imponer disciplina, así como temor, comúnmente atribuidas a los hombres, son aptitudes que también poseen las mujeres.

A través de una serie de entrevistas Griselda Martínez confirma la importancia del papel que juega la educación profesional, otro factor importante es la vinculación del factor trabajo con la maternidad ya que “es uno de los principales factores que influyen sobre la decisión de retirarse, mantenerse o modificar su estancia en el mercado laboral” (p. 185). En este sentido, el proyectar una vida como profesional, para algunas mujeres, es un aspecto independiente de la realización como madres o esposas, lo que ha constituido un rompimiento con la tradición cultural, redefiniendo su identidad femenina.

Con respecto a la participación empresarial en la banca mexicana señala que la nacionalización de la banca el 1 de septiembre de 1982, permitió el ingreso de la primera mujer en un puesto de alta gerencia. Más adelante, la autora expone una serie de estrategias que algunas mujeres utilizan en el trabajo profesional:

- 1) Tener clara definición de las propias funciones y responsabilidades, así como de la forma de evaluación; saber de antemano qué se espera de ti para no imaginar lo que se te pide. Esta percepción obedece a una racionalidad administrativa que privilegia la selección y conservación del personal más eficiente y comprometido con los objetivos de la empresa.
- 2) Ser objetiva y eficiente
- 3) Conocer tus habilidades y tener la capacidad de aprovechar las oportunidades que se te presentan; es más, propiciar que se den.
- 4) El uso de mecanismos informales, como las relaciones personales, puede ayudar para llegar, pero no para mantenerse; de ahí la importancia de fundamentar el ascenso con el conocimiento profesional y laboral. Sólo la mujer que tiene la mayor antigüedad menciona la perseverancia

y la lealtad, cualidades que le ayudaron a lo largo de su carrera profesional. Si bien esto obedece a su experiencia personal, no se podría afirmar que se trata de elementos muy favorables ya que ello tardó en ascender al rango ejecutivo alrededor de quince años (p. 197).

Finalmente, sólo resta señalar que se recomienda la lectura de este libro, porque expone de manera concisa aspectos históricos, culturales y experiencia laboral de las mujeres empresarias, que han ido transformando el entorno cultural de toda la sociedad mexicana.

Domínguez Villalobos, Lilia y Brown Grossman, Flor, Estructuras de mercado de la industria mexicana. Un enfoque teórico y empírico,

Universidad Nacional Autónoma de México y Porrúa, México, 2003, 169 pp..

Clotilde Hernández Garnica

Lic. en Administración.

Especialista en Mercadotecnia.

Estudios Propedéuticos en Estadística Aplicada

M.Sc. en Administración de Organizaciones.

Diplomado en Docencia.

Profesora de la Universidad Nacional Autónoma de México.

olverah@avantel.net

Este libro es el primero de dos volúmenes, que han escrito Domínguez y Brown, sobre organización industrial; es producto de la investigación, sin embargo, su orientación es hacia la formación, resultado de la experiencia docente de las autoras en la licenciatura y el posgrado de la Facultad de Economía de la UNAM y en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey.

El objetivo de las autoras es explorar las características principales de la estructura del mercado industrial mexicano y analizar a los agentes económicos para llegar a una tipología de las empresas que pueda explicar el comportamiento estratégico empresarial. Su enfoque es eminentemente empírico, aunque tiene sustento teórico.

El libro consta de cinco capítulos. El primero se dedica al análisis de la estructura de mercado resultante del predominio de grandes empresas en el capitalismo moderno; en el segundo presentan distintos tipos de organización de la producción (escala, alcance y aprendizaje) que permiten a las empresas disminuir costos y, eventualmente, incrementar su poder económico. En el tercer capítulo se refieren a la diferenciación de productos porque consideran que es una característica cada vez más importante para entender la estructura del mercado; en el capítulo cuatro analizan a los actores económicos, esto es, a las empresas transnacionales, los grupos privados de capital nacional y la micro y pequeña empresa, así como el papel que desempeñan en la estructura industrial mexicana. Por último, presentan la configuración de los distintos mercados de la industria manufacturera mexicana y su dinámica económica en términos del valor agregado, exportaciones e importaciones.

En el capítulo “Estructura de mercado: la gran empresa y la concentración”, analizan los conceptos fundamentales de la estructura de mercado, por ejemplo, al predominio de las grandes empresas lo definen como concentración global; a la distribución del poder

económico de las empresas en un mercado particular se refieren como concentración de mercado; a la inversión de las empresas en distintas industrias la reconoce como diversificación del producto y, el grado en que las empresas cubren el espectro total de las fases de la cadena productiva y la distribución es integración vertical. Posteriormente se refieren a la forma de medir estos conceptos y los problemas que implica contar con información, producto de un método riguroso. En el caso, por ejemplo, de la concentración global o agregada, que refleja el predominio de las empresas grandes obtienen diferentes resultados, dependiendo de que se mida con los activos, el empleo, la producción o el valor agregado.

El capítulo concluye con un análisis de los rasgos más importantes de la estructura de las economías estadounidense y mexicana. A pesar de que no aportan datos recientes es interesante saber que en Estados Unidos de América (EUA) en 1982 la participación de las 100 empresas manufactureras más grandes, en el valor agregado total era de 32.8% y 23% en el empleo, mientras que en México este tipo de empresas participaban con 41.4% del valor agregado y 3.9% en el empleo.

En una muestra de las 200 empresas más grandes en EUA encontraron que el número promedio de líneas que manejaban, en 1950, era de 4.8 y en 1975 subió a 10.9 líneas. Con información de la Encuesta Industrial Anual de 1992, las autoras descubrieron que, de un total de 2 mil 302 empresas, había 165 que contrataban 40% del personal ocupado y generaban 60% de la producción bruta total. Por sectores productivos y país aprecian una estructura de mercado heterogénea, mientras en EUA la concentración es relativamente baja en la agricultura, la silvicultura, la pesca y la construcción;

los mayores índices de concentración se encuentran en la banca, los ferrocarriles, las industrias de servicios, y la industria manufacturera. En el caso de la economía mexicana la concentración de mercado es muy variable, debido a los monopolios públicos (industrias petrolera y eléctrica) y concesiones (televisión, transporte aéreo, telefonía local), mientras que los menores están en el sector comercio. Sin embargo, en la industria manufacturera mexicana al analizar el periodo comprendido entre 1970 y 1998, observan una tendencia creciente en la concentración, aunque el incremento no es lineal en el tiempo.

En el capítulo “Economías de escala, alcance y aprendizaje”, las autoras examinan justamente las formas de organización de la producción que le dan título al capítulo y la manera en que las empresas pueden incrementar su poder económico, en cada una de ellas, las formas de medir estas economías y su importancia en la industria de países avanzados y México.

Las autoras señalan que las economías de escala están presentes cuando los costos medios de largo plazo de las empresas son decrecientes en amplios rangos de su producción. Las economías de alcance surgen cuando el costo de fabricar dos productos de manera conjunta es menor al de producirlos de forma separada; mientras que las economías de aprendizaje provienen de la eficiencia que adquieren las personas con el tiempo.

De la interacción que observan entre las economías de escala y alcance, concluyen que a nivel de producto se refuerzan la economía de escala en la planta. Ponen énfasis en que el tamaño físico del equipo y de la planta no deben confundirse con el tamaño económico, por ejemplo, las computadoras y otros productos electrónicos tienden a ocupar

menores espacios, esto no significa que las máquinas disminuyan su capacidad de producción.

En cuanto a las formas de medición de las economías de escala analizan las más utilizadas, entre ellas, las estimaciones con funciones de costos, el método basado en funciones de eficiencia productiva, el cálculo de la escala mínima óptima o la penalización por no trabajar en esta escala y la “técnica del sobreviviente”. Con datos, proporcionados por el INEGI, del Censo Industrial y la Encuesta Industrial Anual, ambos de 1993, las autoras muestran, con estimaciones a través de la penalización de costo o la escala mínima óptima como porcentaje del total de la clase, la importancia de las economías de escala, lo que podría ser de gran utilidad es que estos mismos cálculos pudieran realizarse con datos más actualizados.

En el capítulo “Diferenciación de productos”, parten del concepto de J. Bain de 1963 para analizar los factores que inciden en la diferenciación de los productos, básicamente se refieren a: servicio al cliente, diferencias físicas en el producto y la imagen subjetiva.

En este tema las autoras regresan a la discusión de si son las empresas las que modelan los gustos ofreciendo una determinada variedad de diseños de productos o son los compradores quienes se basan en aspectos psicológicos, modas o tendencias socialmente aceptadas para elegir, entre la oferta, lo que más los satisface.

Otro tema importante se relaciona con los factores que influyen en la localización y el número de vendedores. Parten de que la población y las industrias se distribuyen en distintas regiones, y que las economías de escala y las barreras de entrada influyen en la localización, por lo

que proponen el concepto de diferenciación espacial y para explicarlo se refieren al caso de las compañías cerveceras en EUA, que pasaron de 404 empresas en 1947 a 67 en el año de 1982.

Y aunque consideran que medir la diferenciación es una tarea difícil analizan tres indicadores: el grado para controlar el precio que tiene el proveedor de un producto particular o una marca a esta medida la denominan “independencia del vendedor”; el grado de lealtad del consumidor a una marca o producto en particular; y los esfuerzos para diferenciar los productos, entre otras medidas, se refieren a la intensidad de la publicidad o el resultado de dividir el gasto publicitario entre las ventas.

Específicamente analizan la intensidad de la publicidad en la industria manufacturera entre 1993 y 1998, y llegan a identificar las ramas que se destacan por su participación en el gasto total en publicidad (alimentos, refrescos y aguas gaseosas, bebidas alcohólicas y tabaco, productos farmacéuticos, cosméticos y automóviles) y, sin duda, lo más interesante es la clasificación que hacen de los bienes que se anuncian, atendiendo a la posibilidad de apreciar la calidad antes o después de la compra.

En “Los actores económicos en la industria mexicana”, el lector encontrará las características (propiedad del capital, tamaño y poder económico) de los actores productivos en la industria mexicana (empresas transnacionales, los grandes grupos nacionales, las medianas empresas y, pequeñas y micro empresas).

Las autoras nos muestran las formas de operar de las transnacionales, los cambios que han experimentado entre 1960 y el año 2000, así como el papel que desempeñan en la estructura

industrial mexicana. En lo que respecta a los grandes grupos nacionales, analizan la formación de los grupos, su crecimiento, la crisis de los ochenta y a partir de entonces las sucesivas reestructuraciones que han llevado a cabo a través de diversificación de las inversiones, ventas en los mercados internacionales, compra de empresas, modernización de las plantas, alianzas estratégicas con empresas extranjeras y reformas en los procesos de trabajo.

Por último, acerca de las empresas micro y pequeña refieren sus bajos índices de productividad y su alto rezago tecnológico, los sectores en que participan y cómo les afecta que se encuentren desarticuladas. Todo esto, aunque es conocido, no puede generalizarse porque muestran casos de empresas micro y pequeñas en otros países que han construido una historia diferente y cómo lo han logrado.

En "Patrones de competencia en la industria mexicana" presentan la conformación de distintos mercados de la industria manufacturera mexicana. Analizan las características estructurales, los patrones de competencia, las propiedades de sus distintas empresas, la distribución del mercado entre las subsidiarias extranjeras y las empresas con capital nacional, así como su desempeño económico en el tiempo en términos del dinamismo del valor agregado y las exportaciones e importaciones.

A partir de las modalidades de competencia prevalecientes en el mercado examinan cinco tipos distintos (industrias competitivas, oligopolio competitivo, oligopolio diferenciado, oligopolio concentrado y oligopolio concentrado y diferenciado) y el predominio de las distintas empresas por tamaño en cada una de ellas, con el que pretenden mostrar que existen "nichos" o espacios muy específicos en los que cada grupo de

empresas tiene mayores posibilidades de participar.

Coincido con las autoras en que *Estructuras de mercado de la industria mexicana* será de gran ayuda no sólo para los estudiantes de economía industrial, sino también para los del área de administración y contaduría porque parten de que el estudio de la estructura industrial, sus patrones de competencia y el comportamiento que desempeñan sus distintos actores económicos no es unidireccional ni causal. Además pocas veces en nuestras licenciaturas hay la posibilidad de reflexionar en la manera en que las estrategias de las empresas influyen en el comportamiento de un sector industrial e incluso de una economía nacional.

A pesar de que la contribución más importante de Domínguez y Brown es la evidencia empírica para analizar los cambios de la estructura industrial a lo largo de varios años, no obstante, los datos no están actualizados (como ocurre con los patrones de concentración agregada que datan de 1985); son relativamente recientes pero sin comparaciones en el tiempo (se remontan a 1997 los ingresos, personal total y origen del capital de las diez principales agencias de publicidad en México); o se comparan periodos de tiempo no actualizados (es el caso de los cambios en la diversificación en el grupo de las 500 de *Fortune* 1949-1974).

En el caso de datos recopilados expresamente para cumplir con sus propósitos como es el del cálculo de la concentración agregada, inician el periodo en 1980 y lo dejan en 1999. Si bien esto podría considerarse una desventaja, puede interesar a los estudiosos del tema a completar la serie de datos y utilizar los esquemas de análisis para actualizar los resultados y retomar las interpretaciones.

Actualidad Contable FACES

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

ISSN 1316-8533

AÑO 10 - No 14

Depósito Legal pp 199802ME395

PUBLICACION SEMESTRAL

Instrucciones para Autores

ACTUALIDAD CONTABLE FACES es una revista científica arbitrada, editada por el Departamento de Contabilidad y Finanzas de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES) de la Universidad de los Andes-Venezuela. Su objetivo es difundir los resultados de las investigaciones científicas, estudios recapitulativos, resultados de investigaciones en curso y ensayos sobre diversos temas: contables, financieros, políticos, culturales, económicos, legales, tributarios, de mercadeo, costos, gerencia, estadística, sociología, tecnología y otros. ACTUALIDAD CONTABLE FACES publicará, además, reseñas bibliográficas, así como documentos, notas, e información de las actividades del quehacer universitario que revistan importancia.

Los autores enviarán al Comité Editorial de la Revista cuatro (4) copias impresas de los trabajos, y un (1) Diskette de 3.5" de doble cara alta densidad, con el texto escrito en procesador de palabras WORD bajo Windows.

Los trabajos serán sometidos al arbitraje por un jurado (externo) que evaluará los siguientes aspectos: pertinencia del tema, solidez de las argumentaciones y conclusiones, estructura y organización interna del trabajo. Los artículos no deberán ser propuestos con anterioridad, ni simultáneamente en otro medio de comunicación (trabajos inéditos).

El Comité Editorial podrá realizar modificaciones de forma a los trabajos, una vez que estos hayan sido aprobados para su publicación, con el objeto de mantener la uniformidad de estilo de la revista. No se devolverán los originales. Los autores recibirán dos ejemplares gratuitos de la revista en la cual se publique su trabajo.

La revista es de frecuencia semestral. La recepción de artículos se realizará durante todo el año. Los trabajos se enviarán a la siguiente dirección: **Coordinación de la Revista ACTUALIDAD CONTABLE FACES. Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Departamento de Contabilidad y Finanzas. Núcleo La Liria. Edificio "F". Segundo piso. Mérida Venezuela. Teléfonos (0274) 2401111 Ext. 1043, (0274) 2401042. Fax: (0274) 2401040 .**

Correo electrónico: actualidadcontable@ula.ve actualidadcontable@hotmail.com ,

ARTÍCULOS, RESEÑAS, DOCUMENTOS Y NOTAS

Extensión y Tamaño. Los textos de los autores deberán ser presentados en una sola cara en papel tamaño carta, escritos a un solo espacio, con los siguientes márgenes: 4.0 cm. en el izquierdo, 4.0 cm en la parte superior, 2.0 cm. en la derecha y 3.0 cm. en el margen inferior; y en letra tipo Arial de tamaño N° 11. Los párrafos deben tener sangría especial en primera línea de 1,25.

Las reseñas bibliográficas, no deben exceder de cuatro (4) páginas.

La extensión de los artículos tendrá un mínimo de ocho (8) páginas, y un máximo de doce (12) páginas. A continuación se especifican las partes que debe contener el artículo:

Título. Debe ser breve, claro y no exceder de quince (15) palabras; centrado en la parte superior de la primera página, en negrita, y letra tamaño 14 puntos. La primera letra de cada una de las palabras que componen el título en mayúscula y el resto en minúscula (exceptuando las preposiciones y los artículos que no dan inicio al título).

Del Autor. Las cuatro (4) copias de los trabajos a ser evaluados, no deben tener identificación del (los) autor (es) ni de la institución a la que esté (n) adscrito (s). En el escrito del Diskette sí debe aparecer los nombres del autor o autores, ubicados debajo del título, centrado y con la primera letra de cada palabra

en mayúsculas y el resto en minúscula (sin abreviaturas). Anexar en una hoja aparte un breve currículum, donde se indique los nombres y apellidos, dirección institucional, estudios realizados, cargo e institución donde trabaja, correo electrónico.

Resumen y Texto. Debajo del nombre del título se debe incluir un resumen en español y en inglés (abstract), (se recomienda asesoramiento de especialistas), con una extensión entre 120 y 150 palabras, que incluya: objetivo, metodología, resultados y conclusiones relevantes. El título "Resumen" debe estar en negrita, justificado a la izquierda. A continuación del resumen se escribirán las palabras clave en español e inglés, separadas por comas, que identifican los aspectos principales del texto. El título "Palabras clave" deberá escribirse en negrita, justificado a la izquierda y el contenido no debe ser mayor a dos líneas. El texto principal debe comenzar después de las palabras clave, dejando un espacio en blanco, tomando en cuenta los siguientes aspectos: introducción, método, argumentación (desarrollo) del tema, conclusiones y referencias citadas. Este esquema podrá ser flexible de acuerdo con la especialidad del tema.

El texto debe estar organizado en cuatro partes: introducción, desarrollo, conclusiones y referencias. El desarrollo se organiza en secciones y sub-secciones. Los títulos y subtítulos deben identificarse con números arábigos de acuerdo con el sistema decimal (ejemplo: 1., 1.1., 1.2., 2.,...), justificados a la izquierda, en negrita, letra tamaño 12 puntos, y con la primera letra de cada palabra en mayúscula y el resto en minúscula (exceptuando las preposiciones y los artículos que no dan inicio al título). Antes y después de una sección y sub-sección deberá incluirse un espacio en blanco.

La notas a pie de página deben reducirse al mínimo necesario, y se indicarán con un número correlativo en el texto cuya información se pretende aclarar o ampliar. El texto que corresponda a la nota a pie de página, escrito con letra tamaño nueve puntos, se situará en la página en que aparezca dicha nota. Para los números decimales se deberá utilizar comas y no puntos.

Cuadros y Gráficos (figuras, dibujos, fotografías, mapas, planos, etc.). Los cuadros y figuras deberán presentarse en hojas separadas. En su parte superior se ordenarán con números arábigos y llevarán un título breve. Al pie de los mismos se indicará la fuente y alguna leyenda explicativa, en caso de ser necesario. En el texto deberá indicarse con una señal (un número), el lugar donde se insertarán los cuadros y gráficos. Se debe comunicar el nombre del programa en el cual fueron realizados, y/o presentarse en papel de dibujo a tinta china.

Referencias. La bibliografía debe limitarse únicamente a fuentes citadas en el trabajo, y evitar referencias a obras no publicadas. Las citas en el texto deben señalarse entre paréntesis, con el primer apellido del autor seguido por una coma y el año de la publicación. Cuando la cita sea textual, debe indicar el número de página de la misma, así: (Martínez, 1998, p. 13), si son varias páginas (Martínez, 1998, p. 13-16). Si la referencia en el texto es de dos autores, se debe citar el primer apellido de ambos (Martínez y Castro, 1998, p.13-16); si son más de dos autores, se debe citar el primero y agregar *et al*, así: (Peña *et al*, 1997, p. 41). Si en la frase se hace referencia a los apellidos de los autores citados, solamente se incluirá entre paréntesis el año de publicación, ejemplo: de acuerdo con Brito y Callejas (1999), cuando la cita no es textual. Si la cita es textual, se deberá señalar el (los) número(s) de página (s) al final de la misma, ejemplo: de acuerdo con Callejas (1999) "los fenómenos naturales....." (p.2).

La sección destinada a las referencias, situada al final del trabajo, irá sin numerar.

Las referencias deben presentarse en orden alfabético y cronológico si hay varias obras del mismo autor; si un autor tiene más de una publicación del mismo año, deben ordenarse literalmente (1998a y 1998b). La referencias con un solo autor precederán a aquellas en las que ese mismo autor figure con otros. Se deberá dejar 3 espacios de sangría debajo del primer apellido del autor. Ejemplo para la sección de referencias:

Para libros: Castro, M. y Peña, J. (1999). **La contabilidad de Gestión**. Ediciones Deusto, Madrid.

Para artículos en revistas: Borráz, F. (1999). La Contabilidad como ciencia: Fundamentos y Principios (1999). **Actualidad Contable FACES**. Vol. 2, N° 2, enero-junio, Venezuela, Universidad de Los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, pp 40-47 (es el número de la primera y última página del artículo).

Para ponencias a congresos y seminarios: Primer Apellido e inicial del primer nombre del autor. (Año).

Título. Nombre del evento. Lugar, institución o editorial (si son memorias), página (s).

Para tesis y trabajos de ascensos: Primer Apellido e inicial del primer nombre del autor. (Año).

Título. Lugar, institución, página (s).

Las **fuentes de Internet** deben mencionar la página web y la fecha de la consulta.

Actualidad Contable FACES

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

ISSN 1316-8533

Depósito Legal pp 199802ME395

AÑO 10 - No 14

PUBLICACION SEMESTRAL

Instruccions for Authors

ACTUALIDAD CONTABLE FACES is a scientific arbitrated magazine, edited by the Accounting and Finance Department of the **Universidad de Los Andes's Economic and Social Science Faculty-Venezuela**. Its objective is to diffuse the results of the scientific investigations, brief studies, results of on going investigations and essays of various subjects: accounting, financial, political, cultural, economical, legal, tributary, **organizational**, marketing, cost, management, statistics, sociology, **technology** and more. ACTUALIDAD CONTABLE FACES will also publish, bibliographic reviews, as well as documents, notes and information of everyday university activities of importance.

The authors will send four (4) printed copies of the work to the Magazine's Editorial Committee and a 3.5" HD floppy disk with the text written under word for windows.

Each work will be arbitrated by a jury (external) who will evaluate the following aspects: how relevant the topic is, the subject's compactness and conclusion's compactness, structure and internal organization of the work. The articles must not have been proposed before or published simultaneously on any other media.

The Editorial Committee may make modifications to the work once they have been approved for publication, in order to maintain the magazine's style. Originals will not be returned. The authors will receive two free issues of the magazine in which their work was published.

The magazine is published every six months, but articles are accepted during the whole year. Works should be sent to the following address: **Coordinación de la Revista ACTUALIDAD CONTABLE FACES. Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Departamento de Contabilidad y Finanzas. Núcleo La Liria. Edificio "F". Segundo piso. Mérida Venezuela. Teléfonos (0274) 2401111 Ext. 1043, (0274) 2401042. Fax: (0274) 2401040.**
Correo electrónico: actualidadcontable@ula.ve, actualidadcontable@hotmail.com

ARTICLES, REVIEWS, DOCUMENTS AND NOTES

Size and Extension. The author's texts should be handed in letter size paper, written on only one side, double space with the following margins: left 4.0 cm, upper 4.0 cm, right 2.0 cm, lower 3.0 cm; and font Arial N° 11. The first line of each paragraph must be justified at 1.25.

The bibliographical reviews must not be more than four (4) pages.

The extension of the articles will have a minimum of eight (8) pages, and a maximum of twelve (12) pages. The parts of the article should be as follows:

Title. Must be brief, clear and not have more than fifteen (15) words; centered in the upper part of the first page, in boldface, size 14 points. The first letter of each word must be capitalized (except for the prepositions and the articles that don't begin in the titles).

The Author. The four (4) copies to be evaluated, must not have any identification naming the author(s) nor the institution where they come from. The text saved on disk must have the names of the author or authors under the title, centered and only the first letter of each word in capital letters (without abbreviations). A brief résumé should be annexed to the text and must have names, last names, institution's address, fulfilled studies, position and institution's name, and e-mail address.

Abstract and Text. Under the title there must be an English and Spanish abstract, (specialists'

advice is recommended), with an extension of 120 to 150 words and must include: objective, methodology, results and conclusions. The title must be in boldface and justified to the left. English and Spanish key words should follow the summary, separated by commas to identify the main aspects of the text. The title "Key words" must be written in boldface, justified to the left and must not be greater than two lines.

The main text must begin after the key words, leaving a blank line, considering the following aspects: introduction, methodology, theme arguments, conclusions and references. This scheme can be flexible according to the specialty of the theme.

The text must be organized in four parts: introduction, main body, conclusions and references. The main body is organized in sections and subsections. The titles and subtitles must be identified by Arabic numbers according to the decimal system (for example: 1., 1.1., 1.2., 2.,...), justified to the left, in boldface, letter size 12 points and first letter capitalized and the rest in lower case (except for prepositions and articles). A space should be included before and after each section and subsection.

Footnotes must be reduced to its minimum and indicated by a matching number to which text you wish to identify. Footnote text should be written in letter size nine points and located on the matching page. For the decimal numbers, commas and not dots should be used.

Charts and Graphs (figures, drawings, photos, maps, prints, etc.). The charts and figures should be put in separate pages. They must be number with Arabic numbered, written on the upper part of the page, and will have a short title. At the lower part of the page, the source of the information must be indicated. Chart and graphs numbers should be indicated in the text. The name of the program, with which they were done, should be indicated, or it should be sent on drawing paper and done in ink.

References. The bibliographic references should only come from published work. The references should be put in parenthesis, with the author's last name followed by the publishing year, separated with commas. If it's a textual reference, the page number should be indicated (Example: Martínez, 1998, p. 13. or Martínez, 1998, p. 13-16. If there are more than one); if there are more than two authors the first one is only used (Example: Peña et al, 1997, p. 41). If in the reference you refer to the last names of the authors, you only include the publishing year, example: Brito y Callejas (1999) or Callejas (1999) "los fenómenos naturales....." (p.2).

These references will be the last page and won't be numbered. They should be sorted alphabetically and chronologically. If there are several works from the same author; if an author has more than one publication on the same year, they should be sorted literally (1998a and 1999b). References with one author will precede those in which the same author appears with others. Three spaces should be left out on the first last name of the author. Example for the references:

Books: Castro, M. y Peña, J. (1999). La Contabilidad de Gestión. Ediciones Deusto, Madrid.

Magazine Articles: Borráz, F.(1999). La Contabilidad como ciencia: fundamentos y principios (1999). Actualidad Contable Faces. Vol. 2, N°. 2, enero-junio, Venezuela, Universidad de Los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, pp 40-47 (it's the first and last page number of the article).

Congress speeches and seminars: Name(es) and last name(s) of the author. (year). Title. Name of the event. Place, institution or editorial (if memories), page(s).

Thesis and Promotion work. Name(s) and last name(s) of the author. (year). Title. Place, Institution, page(s).

Internet Sources: The web page and the date should be mentioned.

SUSCRIPCION A LA REVISTA ACTUALIDAD CONTABLE FACES

Nombre _____

Ocupacion _____

Intitucion _____

Direccion _____

Ciudad _____ Estado _____

Telefono _____ Fax _____ e-mail _____

TARIFAS (No incluye flete)

	Un ejemplar	Anual (dos ejemplares)
Venezuela	Bs. 7.000	Bs. 14.000
EEUU	\$ 5	\$ 10

FORMA DE PAGO

Efectivo o cheques de gerencia a nombre de Ingresos Propios FACES

Deposito en cta. cte. No 432-0-023492 Banco del Caribe a nombre de Ingresos Propios FACES

Direccion:

REVISTA ACTUALIDAD CONTABLE FACES

Departamento de Contabilidad y Finanzas, Núcleo La Liria, Edificio F, Primer Piso

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

Universidad de los Andes

Mérida, 5101 - Venezuela

SUSSCRIPTION OF ACTUALIDAD CONTABLE FACES MAGAZINE

Name _____

Occupation _____

Institution _____

Address _____

City _____ State _____

Phone _____ Fax _____ e-mail _____

RATES (Shipping not included)

	One issue	Annual (two issue)
Venezuela	Bs. 7.000	Bs. 14.000
EEUU	\$ 5	\$ 10

PAYMENT FORM

Cash or money order to
Ingresos propios FACES

Deposit cta. cte. No 432-0-023492 Banco del Caribe
in account of Ingresos Propios FACES

Address

REVISTA ACTUALIDAD CONTABLE FACES

Departamento de Contabilidad y Finanzas, Núcleo La Liria, Edificio F, Primer Piso

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

Universidad de los Andes

Mérida, 5101 - Venezuela

Quien suscribe agradece el envío de
The undersigned thanks for the sending of

Fecha; Date _____

Firma; Signature _____

Dirección; Address _____

Enviamos en canje; We send you for exchange

Nota; Notices

Los envíos ulteriores dependen de la devolución de esta tarjeta
Further mailings depend on the return of this card

SOLICITAMOS CANJE - PLEASE EXCHANGE

Enviar a:

REVISTA ACTUALIDAD CONTABLE FACES
Departamento de Contabilidad y Finanzas, Núcleo La Liria, Edificio F, Primer Piso
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de los Andes
Mérida, 5101 - Venezuela

Fax: Nacional: 0274 - 2401152
Internacional: 0058-0274-2401152

Correo Electrónico: actualidadcontable@ula.ve, actualidadcontable@hotmail.com