

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 8 - Nº 10
ENERO-JUNIO 2005
PUBLICACIÓN SEMESTRAL

Actualidad Contable Faces, fundada en 1998, es una publicación semestral, arbitrada, que difunde los resultados parciales o totales de las investigaciones científicas, estudios recapitulativos y ensayos sobre diversos temas: contables, financieros, políticos, culturales, económicos, legales, organizacionales, tributarios, de mercadeo, costos, gerencia, estadística, sociología, tecnología y otros, con el objetivo de abrir un espacio para el intercambio y la confrontación de conocimientos que coadyuve al desarrollo científico en estas áreas.

Se invita a la comunidad académica a participar en este órgano divulgativo para lograr consolidar y mantener este proyecto. La Revista agradece a los autores el envío de sus trabajos, a los árbitros su incondicional colaboración; se agradece también a las instituciones con las cuales se han establecido canjes y a todos los que de alguna manera nos alientan a seguir adelante.

Coordinadora

Rosa Aura Casal de Altuve

Comité Editorial

Nayibe Ablan Bortone
Rosa Aura Casal de Altuve
María Carolina Bastidas
Aura Elena Peña
Germán Rodríguez

Revisión y Corrección

Luis José Angulo Noguera

Diagramación

Luis José Angulo Noguera

Diseño de Portada

María Gabriela Parilli, Programa de Imagen Institucional

*Los artículos son sometidos a la consideración de
árbitros calificados que evaluarán la pertinencia del
tema, la solidez de las argumentaciones y conclusiones,
la estructura y organización interna del trabajo*

Comisión de árbitros de este número

Oscar Aguilera	Facultad de Humanidades ULA
Simón Alcántara	Facultad de Humanidades ULA
Sergio Arancibia	Universidad Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Venezuela
María Elena Camarena	Universidad Autónoma de México. UNAM
Hugo Contreras	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales ULA
Rafael Godoy	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales UCV
Cleotilde Hernández	Universidad Autónoma de México. UNAM
Javier Jasso	Universidad Autónoma de México. UNAM
Víctor Molina	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales ULA
Dulce Monagas	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales ULA
José Mora	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales ULA
Carlos Morales	Universidad Autónoma de México. UNAM
Ismael Ortiz	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales ULA
Arévalo Patiño	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales ULA
Aura Elena Peña	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales ULA
Carlos Ramos	Economista
Cruz Rodríguez	Universidad Experimental de Guayana
María Guadalupe Torres	Master en Ciencias Contables
Carlos Villela	Universidad Autónoma de México. UNAM
Norka Viloría	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales ULA

SUMARIO

Editorial

Aura Elena Peña

5

Artículos

- Carlos Bustos (Universidad de Los Andes-Venezuela)
La Calidad en la Microempresa Merideña y su Impacto en el Ambiente
Micro businesses Quality and its impact on Environment
..... 7
- Chuecos, Alicia (Universidad de Los Andes-Venezuela)
Mecanismos de Transmisión de la Política Monetaria
Mechanisms of Transmission of Monetary Policy
..... 17
- Molina, Olga (Universidad de Los Andes-Venezuela)
Contabilidad de Costos: Una Evaluación a la Cátedra
Costs Accounting: A Review of the Classes
..... 26
- Monge Lozano, Pedro (Universidad de Huelva, España)
Las Normas Internacionales de Contabilidad
The International Accounting Standards
..... 35
- Morillo, Marisela C. (Universidad de Los Andes-Venezuela)
Análisis de la Cadena de Valor Industrial y de la Cadena de Valor Agregado para las Pequeñas y Medianas Industrias
Analysis of Industrial Value Chain and Added Value Chain for Small and Medium Industries
..... 53

● Peñaloza, Marlene (Universidad de Los Andes-Venezuela) El Mix de Marketing: Una Herramienta para Servir al Cliente <i>Marketing Mix: A Tool for Serving Customers</i>	71
● Suárez, Wendolin y Pereira de Homes, Lilia (Universidad del Zulia) Política Científica Venezolana y su Influencia en las Universidades: Caso LUZ <i>Venezuelan Scientific Policies and its Influence on Colleges. Case: LUZ</i>	82
● Tunal Santiago, Gerardo (Universidad Autónoma del Estado de México) Automatización de los Procesos de Trabajo <i>Automation of Labor Process</i>	95
Trabajos de Grado y Trabajos Especiales de Grado del Postgrado en Ciencias Contables / FACES-ULA	105
Instrucciones para los autores	111
Planilla de canje	115
Planilla de suscripción	117

EDITORIAL

La investigación, como proceso, vislumbra la demostración de iniciativas e innovaciones, en todos los ámbitos; de igual manera, significa el redimensionamiento del conocimiento de manera permanente. Así, un estudio mediante el cual se dé respuesta a ciertas inquietudes, puede derivar nuevas interrogantes a las cuales responder y, en consecuencia, se da origen a nuevas investigaciones. Ahora bien, es importante comunicar y discutir el producto de la actividad investigativa y, en este sentido, ACTUALIDAD CONTABLE FACES representa el espacio propicio para difundir los resultados y reflexiones de este proceso recursivo de revisión del conocimiento, no sólo en las temáticas de las ciencias contables y administrativas.

En este número, ACTUALIDAD CONTABLE ofrece al lector e investigador documentos de gran pertinencia, vigencia y sinergia. Se aborda la calidad como concepto que debe estar presente en la gestión de las microempresas, resaltando el desarrollo sostenible y sustentable como categorías clave a considerar desde la dimensión ambiental. Por esta razón es acertado inferir sobre contabilidad de costos y la adopción de las normas internacionales de contabilidad, más aún con la exigencia en cuanto a la presentación de la información bajo una nueva arquitectura financiera.

Con similar interés se refieren otros temas, tales como la cadena de valor industrial, cadena de valor agregado, mix de marketing e informatización de los procesos de trabajo; términos que se configuran en elementos fundamentales de aquellas herramientas que conducen a una gestión más eficiente. Finalmente, al advertir sobre mecanismos de transmisión de la política monetaria y la política científica venezolana, ACTUALIDAD CONTABLE amplía el abanico hacia las organizaciones del sector público, en cuanto a dar respuesta y difusión a sus problemáticas.

Aura Elena Peña
Profesora FACES-ULA
auraelen@ula.ve

La Calidad en la Microempresa Merideña y su Impacto en el Ambiente

Bustos, Carlos

Carlos Bustos

Ingeniero Industrial U.N.E.T.
Ex-Director de Corpoindustria Mérida
Ex-Coordinador FUNDEM-Mérida
Profesor de la Facultad de Ciencias
Económicas y Sociales - ULA

Recibido: 02-03-05
Revisado: 09-05-05
Aceptado: 11-05-05

Hoy en día la calidad es un parámetro de primera importancia a la hora de adquirir un producto, además del impacto que pueda tener este producto en el medio ambiente. A la luz de la globalización, que involucra un alto grado de comercialización para los diversos artículos manufacturados por las empresas de todo el mundo, la microempresa merideña debe asumir este reto y ofrecer productos que cumplan con las especificaciones del mercado y del medio ambiente, para ganar un puesto preferente en este intercambio mundial de mercancías. Hoy, más que nunca, tiene vigencia un paradigma ancestral que reza: 'el cliente es el número uno para nuestra empresa, por esta razón todas nuestras atenciones y preocupaciones deben estar centradas en él y a él nos debemos como empresa'. El estado Mérida, con la puesta en marcha de la Zona Libre Cultural, Científica y Tecnológica (ZOLCCYT), tendrá una gran oportunidad de convertirse en una región industrial de alta tecnología. En síntesis, nos dirigimos hacia un período de alta tecnología, de innovación y de complejidad, en un mercado que ahora es mundial, en donde los mejores productos de cada país industrializado están disponibles en todos los demás países (Laudoyer, 1997). Se pretende en esta investigación evaluar la calidad de los bienes producidos por la microempresa merideña y su impacto ambiental, con el fin de establecer posibles especificaciones para los artículos manufacturados.

Palabras clave: calidad, microempresa, impacto, ambiente.

RESUMEN

Today, quality is a very important matter when people buy a product, as well as its impact on the environment. In the age of globalization, which involves a high degree of commercialization for diverse products manufactured around the world, micro businesses in Mérida should accept the challenge and offer products that are up to market and environmental specifications to gain a preferential spot on the world market. Today more than ever the old saying is valid: the customer is the number one priority for a business and it is to the customer that a business should direct all its attention. With the inauguration of the Cultural, Scientific and Technological Duty Free Zone, Mérida has a great opportunity to become a high technology area. In short, we are heading towards a period of high technology, innovation and complexity in a global market where the best products of one country are freely available to other countries (Laudoyer, 1997). This paper is an attempt to evaluate the quality of products of micro businesses in Mérida and their environmental impact with the tentative aim of establishing specifications for manufactured articles.

Key words: quality, micro businesses, impact, environment.

ABSTRACT

1. Introducción

La microempresa tiene una gran cantidad de problemas para colocar sus productos en el mercado. Algunos de estos problemas están vinculados con la calidad de los artículos que se ofertan y el deterioro que ellos causan en el medio ambiente. Se observa que la mayoría de nuestros productos no pueden competir en los mercados foráneos, debido al incumplimiento de las principales normas internacionales de calidad.

En este trabajo se pretende abordar la calidad y el impacto medio-ambiental desde el punto de vista producto-cliente, vale decir, las cualidades y/o características que debe tener el bien a ser ofertado para que sea atractivo al público consumidor y no perjudique el medio ambiente. No se estudiará en detalle el proceso productivo de la microempresa, sino más bien se analizarán las razones por las cuales los productos de la microempresa merideña pudieran ser rechazados por el público consumidor y tener consecuencias negativas sobre el medio ambiente. Se propondrán conclusiones y recomendaciones con miras a resolver las posibles causas que en materia de calidad e impacto ambiental afectan a los productos que ofrecen las microempresas.

Cabe destacar que esta es una investigación exploratoria que puede generar nuevas inquietudes e interrogantes, tales como la búsqueda sistemática y científica de las posibles soluciones al problema planteado.

En consecuencia, el presente trabajo constituye un aporte fundamental para el estudio integral de la microempresa.

2. Objetivos de la Investigación

El proyecto tiene como objetivos fundamentales los siguientes:

a) Evaluar las características de los bienes

producidos por la microempresa en lo referente a la calidad y su impacto en el ambiente.

b) Recomendar técnicas o modelos, si fuese necesario, para mejorar la calidad y disminuir el impacto ambiental de los productos ofertados por la microempresa.

c) Establecer posibles especificaciones aplicables a la calidad y su impacto en el ambiente para los artículos manufacturados por la microempresa.

Las *variables* consideradas y cuantificadas en la investigación son:

a) Variable dependiente: Grado de aceptación de los productos ofertados por la microempresa merideña.

b) Variables independientes:

- La calidad de los productos.

- El impacto ambiental de los productos.

3. Definición de Calidad

La palabra *calidad* se emplea con frecuencia en el lenguaje corriente con diferentes significados. En el dominio de los productos industriales y de los productos de consumo, la palabra 'calidad' se utiliza principalmente en dos sentidos:

Este reloj era de mala calidad, lo que significa que en corto tiempo ha dejado de funcionar.

La calidad de este papel no permite obtener buenas fotocopias, lo que significa que no es adecuado para este uso.

La Norma Internacional ISO 8402 del 15 de junio de 1986, propuesta por la Organización Internacional de Estándares como un conjunto de reglas sobre la calidad de los productos, establece la siguiente definición de calidad: "Conjunto de propiedades y características de un producto o de un servicio que le confieren la capacidad de satisfacer las necesidades (de los clientes) expresadas o implícitas"(Laudoyer, 1997, p. 54).

El Instituto Nacional de Normas, de Estados Unidos de Norteamérica, especifica la calidad como la totalidad de particularidades y características de un producto o servicio que influye sobre su capacidad de satisfacción de determinadas necesidades.

Evans y Lindsay (1995) aportan tres definiciones adicionales: la primera se basa en la hipótesis de que la calidad esté determinada por lo que desea un comprador y lo que esté dispuesto a pagar. Las personas tienen distintos deseos y necesidades y, por lo tanto, diversas normas de calidad. Esto lleva a una definición basada en el usuario: se define a la calidad como: *Adecuación para el empleo pretendido*.

La definición de adecuación al uso impulsa la satisfacción del cliente y se ha convertido en la principal definición de calidad desde una perspectiva administrativa.

La segunda definición expresa: *Calidad es cumplir o mejorar las expectativas del cliente*. La mayor parte de los empleados piensan que el cliente es el comprador último de un producto o servicio; por ejemplo, la persona que compra un automóvil o el huésped que se registra en un hotel. Estos clientes son *clientes externos*. Es claro que cumplir las expectativas de los clientes externos es la meta final de cualquier empresa.

Sin embargo, todo empleado de una compañía también tiene *clientes internos*, que son el individuo o departamento que lleva a cabo la siguiente operación dentro del flujograma o secuencia del procedimiento para la conformación final del producto.

El tercer concepto manifiesta que el aseguramiento de la calidad se refiere a: *Cualquier acción que se toma con el fin de dar a los consumidores productos (bienes y servicios) de calidad adecuada*.

Podemos resumir las definiciones enunciadas anteriormente diciendo que la *calidad es un cúmulo de variables y características que posee un producto o servicio para satisfacer las necesidades y superar las expectativas de los consumidores*.

4. Definición de Ambiente

“Es el hábitat físico y biótico que nos rodea; lo que podemos ver, oír, tocar, oler y saborear” (Henry y Heinke, 1999, p 2). Se emplea para incluir toda clase de aspectos sociales, económicos y culturales.

El ambiente tiene una interacción directa con la ciencia y la tecnología. Importantes mejoras en nuestras vidas se deben a la ciencia y la tecnología; algunas de estas mejoras son:

- Construcción de medios de transporte rápidos y confiables.
- Invención de máquinas para sustituir al hombre.
- Mayor producción de alimentos de mejor calidad.
- Producción de espacios para vivienda y recreación.
- Invención de diversos sistemas de comunicación.
- Suministro de agua potable.
- Mayor control de las enfermedades.

La administración racional y justa del ambiente propone equilibrar diversos intereses. Por ejemplo, una industria que vierte a la atmósfera residuos no tratados, puede argumentar que su actuación da como resultado la venta de su producto a un precio más bajo, con lo cual se estaría beneficiando el público consumidor. Sin embargo, el mismo público está pagando costos indirectos asociados con la contaminación generada por esa industria.

La sociedad, generalmente, paga los costos ambientales de dos maneras. Una de ellas es el costo del daño que causa la contaminación a través de la disminución del valor de los recursos disponibles. Por ejemplo, una tenería que descarga residuos no tratados o una ciudad que descarga aguas negras sin tratamiento, reducen el valor de una playa pública que se contamina y se imposibilita para nadar en ella.

El otro componente del costo son los gastos de reparación o reducción del daño causado por la contaminación. El costo de construir y operar una planta municipal de tratamiento de agua, es un ejemplo donde el agua que ha sido contaminada debe ser restaurada, para luego sí verterla al mar o río.

En ocasiones se puede determinar una compensación para los costos relacionados con un bien público. Por ejemplo, supongamos que una truchicultura se ve afectada por una fábrica de pinturas que está aguas arriba, lo que ocasionaría la muerte de las truchas; entonces, la truchicultura entablaría una demanda judicial. Para evitar este alto costo, la fábrica de pinturas tendría que instalar una planta de tratamiento para evitar la muerte de las truchas y el pago de los daños ocasionados.

Es mucho más complicado asignar un valor a la pérdida de la salud o al disfrute y recreación de un río para un grupo de habitantes, cuando el río ha sido contaminado por la misma fábrica de pinturas. Para estas personas también es más difícil entablar un proceso judicial contra la fábrica de pinturas. En consecuencia, se acude a los representantes electos ante el gobierno, para proteger los recursos naturales.

5. La Microempresa

Las Microempresas existen en Venezuela como una respuesta al desempleo y subempleo, y

no se tiene una fecha cierta de su aparición en nuestro país. Las Micro Pequeña y Medianas Empresas (Micropymes) se definen como “formas específicas de organización económica en actividades industriales, comerciales y de servicios, que combinan capital, trabajo y medios productivos para obtener un bien o servicios que se destinan a satisfacer diversidad de necesidades en un sector de actividad determinado y en su mercado de consumidores” (Corpoindustria, 1993, p. 16).

En cuanto a los criterios para clasificar las Micropymes, podemos decir que varían de un país a otro, y suelen utilizarse parámetros como el número de trabajadores de la empresa, el monto del capital o el monto de sus activos. En la presente investigación se tomó como parámetro el número de trabajadores; en consecuencia, las Micropymes se podrían clasificar de la siguiente forma:

Microempresa	1	< Trabajadores <= 5
Pequeña Empresa	5	< Trabajadores <= 20
Mediana Empresa	20	< Trabajadores <= 100

5.1 La Microempresa Merideña

En el Estado Mérida, la actividad microempresarial surge como una respuesta a las escasas fuentes de trabajo y a la coyuntura económica por la que atraviesa el sector comercio y servicios en nuestro Estado. Muchos ciudadanos son expulsados hacia el sector informal de la economía en un ambiente difícil e inestable. Estas circunstancias han obligado a muchas personas y familias a organizarse en pequeñas unidades de producción, cuyo primer objetivo es lograr un ingreso económico para el sustento familiar a través de la comercialización de un producto o servicio.

Algunos organismos públicos y privados en el Estado Mérida ofrecen asesoría y ayuda crediticia a las microempresas. Se pueden mencionar

algunos, como: el Banco Industrial de Venezuela (B.I.V.), el Fondes (Fondo Merideño para el Desarrollo Económico Sustentable), Fedeindustria (Federación de micro-pequeños y medianos industriales del Estado Mérida) y el Ministerio de Producción y Comercio, entre otros.

6. Metodología

Esta investigación sigue una metodología cuya naturaleza puede describirse como exploratoria-descriptiva (Hernández *et al*, 1998).

Es un estudio de carácter exploratorio-descriptivo, destinado a examinar el producto, especialmente en lo que se refiere a su calidad e impacto ambiental, con el fin de determinar sus características o cualidades que pudieran ser analizadas por los potenciales consumidores.

7. Análisis de Resultados

7.1 Síntesis de los Datos.

- a) Con respecto a la dimensión *durabilidad*, la correlación entre las respuestas dadas es aproximadamente 46% -es decir, una correlación positiva media-. La región 1 es la que posiblemente enfrenta mayores dificultades con esta dimensión, hecho que se traduce en una correlación de aproximadamente -4%, es decir, una correlación negativa muy débil.
- b) Para la dimensión *mantenimiento*, la correlación es positiva débil, aproximadamente 17%. Para esta dimensión, nuevamente la región 1 es la que presenta mayores dificultades con una correlación de -6%.
- c) En la dimensión *confiabilidad*, la correlación entre las respuestas dadas es aproximadamente 48% -correlación positiva media-. La región 3 es la que presenta una posición más clara y convincente para esta dimensión con una correlación de aproximadamente 92% es decir, correlación positiva muy fuerte.
- d) Con respecto a la dimensión *rendimiento*, la correlación es aproximadamente -44% -correlación negativa media-. Las tres regiones presentan problemas con esta dimensión, esto se deduce de las correlaciones encontradas: -34%, -51% y -31% para la región 1, 2 y 3, respectivamente.
- e) Con respecto a la dimensión *garantía*, la correlación entre las respuestas dadas es aproximadamente 38%. La región 3 es la que presenta para esta dimensión una correlación más débil, aproximadamente 15%.
- f) En la dimensión *precio*, se aprecia en general un comportamiento bastante positivo y transparente que se evidencia en una correlación positiva medianamente fuerte de aproximadamente 70%. Para esta dimensión, la región 3 es la que presenta una menor correlación, aproximadamente 34%.
- g) Con respecto a la dimensión *presentación y empaque*, se observa una correlación débil e inversa de aproximadamente -4%. En la región 1 se observan las mayores dificultades para esta dimensión y su correlación es aproximadamente -23%.
- h) La dimensión *exportación*, presenta en las microempresas del Estado Mérida, un comportamiento claro y transparente que se evidencia en una fuerte correlación positiva por el orden del 99,7%. Las tres regiones presentan un comportamiento igualmente cónsono y estable que se traduce en una correlación superior al 95%.
- i) En la dimensión *mercado nacional*, se observa una buena correlación, aproximadamente el 88%. La región 2 presenta la mayor debilidad para esta dimensión con una correlación del 3%.
- j) Para la dimensión *mercado regional*, se aprecia una correlación negativa de aproximadamente -53%. Para las tres regiones se aprecia una correlación por el orden del -50%.
- k) Con respecto a la dimensión *devolución del producto* se presenta una correlación negativa de aproximadamente -26%. En las tres regiones se observa una correlación negativa entre -20% y -30%.
- l) En la dimensión *estudios sobre la calidad*, las

respuestas dadas por los microempresarios en las tres regiones coinciden parcialmente y se traduce en una correlación por el orden del 50%.

- m) En lo referente a la variable *impacto ambiental* para la dimensión *contaminación del aire*, tenemos una correlación que es aproximadamente -23%. Las tres regiones presentan problemas con esta dimensión; esto se deduce de las correlaciones encontradas: -21%, -28% y -22% para la región 1, 2 y 3, respectivamente.
- n) Para la dimensión *contaminación del agua*, la correlación es aproximadamente -34%, es decir, una correlación negativa media. Para esta dimensión, nuevamente las tres regiones presentan problemas, esto se observa en las correlaciones encontradas: -28%, -39% y -28% para la región 1, 2 y 3, respectivamente.
- o) En lo referente a la dimensión *contaminación del suelo*, tenemos una correlación que es aproximadamente -30%. La región 3 presenta

la mayor debilidad para esta dimensión con una correlación de -18%. Para la región 1 su correlación es -32% y para la región 2 su correlación es -27%.

- p) Con respecto a la dimensión *residuos o desperdicios*, se presenta una correlación negativa de media de aproximadamente -44%. En la región 1 se observan las menores dificultades para esta dimensión y su correlación es aproximadamente -51%. Las correlaciones para las regiones 2 y 3 son -24% y -27% respectivamente.
- q) En lo referente a la dimensión *deterioro de la salud humana*, tenemos una correlación de aproximadamente -30%. La región 2 presenta las mayores dificultades para esta dimensión con una correlación de -7%, es decir, una correlación negativa extremadamente débil. Para la región 1 su correlación es -27% y para la región 3 su correlación es -33%.

Cuadro 1
Resumen de Resultados

VARIABLE	DIMENSIONES	CORRELACIÓN POR VARIABLE (%)	CORRELACIÓN POR REGIÓN (%)		
			R.1	R.2	R.3
<i>La Calidad</i>	Durabilidad	46	-4	82	73
	Mantenimiento	17	-6	72	43
	Confiabilidad	48	25	92	46
	Rendimiento	-44	-34	-51	-31
	Garantía	38	51	41	15
	Precio	70	73	84	34
	Presentación y Empaque	-4	-23	49	21
	Exportación	99	99	99	99
	Mercado Nacional	88	92	3	75
	Mercado Regional	-53	-50	-49	-53
	Devoluciones	-26	-23	-29	-30
<i>Impacto Ambiental</i>	Estudios sobre la Calidad	52	57	52	47
	Contaminación del Aire	-23	-21	-28	-22
	Contaminación del agua	-34	-28	-39	-28
	Contaminación del Suelo	-30	-32	-27	-18
	Residuos o Desperdicios	-44	-51	-24	-27
Deterioro de la Salud Humana	-21	-27	-7	-33	

Fuente: Elaboración propia

8. Conclusiones

Antes de iniciar la parte final de este trabajo es necesario dividir en dos categorías las dimensiones utilizadas en el presente proyecto para la variable calidad del producto, siguiendo el principio de Pareto (Ishikawa, 1994), es decir, pocos vitales y muchos triviales, podemos tener la siguiente clasificación:

● **Dimensiones de mayor importancia:**

Rendimiento del producto, garantía del producto, precio del producto y presentación y empaque del producto.

● **Dimensiones de menor importancia:**

Durabilidad del producto, mantenimiento del producto, confiabilidad del producto, exportación del producto, mercado nacional del producto, mercado regional del producto, devolución del producto, estudios sobre la calidad del producto.

La clasificación en dimensiones de mayor importancia y menor importancia se basa en el supuesto de que no todas las cualidades puedan ser igualmente importantes porque el producto acabaría no siendo ni una cosa ni otra y sin características diferenciales.

Las dimensiones de mayor importancia son, quizás, los argumentos más fuertes para la colocación del producto en el mercado.

En cuanto a la variable *impacto ambiental*, todas las dimensiones son de la mayor importancia en el presente proyecto.

Debemos hacer hincapié que esta investigación solamente tomó en cuenta el punto de vista del empresario y no las opiniones de los clientes.

Las conclusiones del presente trabajo de investigación son las siguientes:

- a. Las dimensiones en las cuales las microempresas del Estado Mérida presentan mayores dificultades son: *mantenimiento del producto, rendimiento del producto, presentación y empaque del producto, mercado regional para*

el producto, devolución del producto, contaminación del aire, contaminación del agua, contaminación del suelo, generación de residuos o desperdicios y deterioro de la salud humana. Debido a que las dimensiones: rendimiento del producto, presentación y empaque del producto, contaminación del aire, contaminación del agua, contaminación del suelo, generación de residuos o desperdicios y deterioro de la salud humana las definimos como dimensiones de mayor importancia, es muy probable que la microempresa merideña tenga problemas a la hora de comercializar sus productos.

- b. Las dimensiones que presentan menores dificultades son: *precio del producto, exportación del producto, y mercado nacional* para el producto. Recordemos que la dimensión precio del producto está entre las dimensiones de mayor importancia, por lo tanto, la microempresa merideña tiene buenas oportunidades para conquistar y mantener clientes en un mercado competitivo.
- c. Las dimensiones que pudiéramos colocar en una categoría intermedia con respecto a las dos anteriores, son: *durabilidad del producto, confiabilidad del producto, garantía del producto y estudios sobre la calidad del producto.* La dimensión *garantía del producto*, por ser una de las características de mayor importancia, se debería profundizar y adecuar a las condiciones comerciales para convertirse en una ventaja competitiva de la microempresa merideña.
- d. La región 1 que comprende los municipios: Libertador, Campo Elías, Santos Marquina, Sucre, Rangel, Cardenal Quintero, Pueblo Llano y Miranda, es la que presenta menos ventajas competitivas para la variable calidad del producto en las siguientes dimensiones: durabilidad del producto, mantenimiento del producto, rendimiento, presentación y empa-

que del producto, mercado regional para el producto y devolución del producto. Con respecto a la variable impacto ambiental, la región 1 presenta dificultades en las siguientes dimensiones: contaminación del aire, contaminación del agua, contaminación del suelo y deterioro de la salud humana. De las dimensiones anteriormente citadas algunas son de mayor importancia y otras de menor importancia, veamos cuáles son:

- **Dimensiones de mayor importancia:** rendimiento del producto, presentación y empaque del producto, contaminación del aire, contaminación del agua, contaminación del suelo, generación de residuos o desperdicios y deterioro de la salud humana.
- **Dimensiones de menor importancia:** durabilidad del producto, mantenimiento del producto, mercado regional del producto y devolución del producto.

La región 1 también presenta ventajas competitivas para algunas dimensiones, como son: confiabilidad del producto, garantía del producto, precio del producto, exportación del producto, mercado nacional del producto, estudios sobre la calidad del producto y generación de residuos o desperdicios.

De igual manera, podemos clasificar este conjunto de dimensiones en:

- **Dimensiones de mayor importancia:** garantía del producto, precio del producto y generación de residuos o desperdicios.
- **Dimensiones de menor importancia:** confiabilidad del producto, exportación del producto, mercado nacional del producto y estudios sobre la calidad del producto.

La región 1, por pertenecer a la Zona Libre Cultural, Científica y Tecnológica (**ZOLCCYT**) del Estado Mérida, debería tener un seguimiento especial y frecuente.

e. La región 2, que comprende los municipios:

Tovar, Zea, Rivas Dávila, Pinto Salinas, Padre Noguera, Guaraque, Arzobispo Chacón y Aricagua, presenta debilidades competitivas en algunas dimensiones como son: rendimiento del producto, mercado regional del producto, devolución del producto, contaminación del aire, contaminación del agua, contaminación del suelo, generación de residuos o desperdicios y deterioro de la salud humana - correlación -7%-.

De las dimensiones anteriormente citadas, algunas son de mayor importancia y otras de menor importancia, como son:

- **Dimensiones de mayor importancia:** rendimiento del producto, contaminación del aire, contaminación del agua, contaminación del suelo, generación de residuos o desperdicios y deterioro de la salud humana.
- **Dimensiones de menor importancia:** mercado regional del producto y devolución del producto.

La región 2 también presenta ventajas competitivas para una gran cantidad de dimensiones, como son: durabilidad del producto, mantenimiento del producto, confiabilidad del producto, garantía del producto, precio del producto, presentación y empaque del producto, exportación del producto y estudios sobre la calidad del producto.

De igual manera, podemos clasificar este conjunto de dimensiones en:

- **Dimensiones de mayor importancia:** garantía del producto, precio del producto y presentación y empaque del producto.
- **Dimensiones de menor importancia:** durabilidad del producto, mantenimiento del producto, confiabilidad del producto, exportación del producto, y estudios sobre la calidad del producto.

f. La región 3 que comprende los municipios: Alberto Adriani, Andrés Bello, Obispo Ramos de Lora, Caracciolo Parra Olmedo, Tulio

Febres Cordero, Justo Briceño y Julio César Salas presenta algunas debilidades competitivas para las dimensiones: rendimiento del producto, garantía del producto, precio del producto, mercado regional del producto, devolución del producto, contaminación del aire, contaminación del agua, contaminación del suelo, generación de residuos o desperdicios y deterioro de la salud humana.

De las dimensiones anteriormente citadas, algunas son de mayor importancia y otras de menor importancia, como son:

- **Dimensiones de mayor importancia:** rendimiento del producto, garantía del producto, precio del producto, contaminación del aire, contaminación del agua, contaminación del suelo, generación de residuos o desperdicios y deterioro de la salud humana.
- **Dimensiones de menor importancia:** mercado regional del producto y devolución del producto.

La región 3 también presenta ventajas competitivas para algunas dimensiones como son: durabilidad del producto, mantenimiento del producto, confiabilidad del producto, presentación y empaque del producto, mercado nacional del producto y estudios sobre la calidad del producto.

Podemos clasificar estas dimensiones en:

- **Dimensiones de mayor importancia:** presentación y empaque del producto.
 - **Dimensiones de menor importancia:** durabilidad del producto, mantenimiento del producto, confiabilidad del producto, mercado nacional del producto y estudios sobre la calidad del producto.
- g. En general, se observan problemas para todas las dimensiones de la variable **impacto ambiental** en las microempresas del Estado Mérida.
- h. La mayoría de las microempresas del Estado Mérida presentan una notoria ausencia de **asistencia técnica**, tal como se evidencia en el estudio realizado.

Referencias bibliográficas

- Azqueta, D. (1994): **Valoración Económica de la Calidad Ambiental**. Editorial McGraw-Hill, Madrid.
- Chase, R. y Aquilano, N. (1997): **Dirección y Administración de la Producción y de las Operaciones**. McGraw-Hill, México.
- Ciampa, D. (1990): **Liderazgo Industrial**. Editores Legis S.A., Colombia.
- Cornejo, M. (2000): **Cambio y Competitividad. Calidad Empresarial**, Edición N° 17, Venezuela, Edición Corporación Calidad 2010, pp. 30-32.
- Corpoindustria (1993): **La Micro, Pequeña y Mediana Industria**. Cedinco, Maracay.
- Corporación de los Andes. Corpoandes (1999): **Directorio Industrial del Estado Mérida**. Año 1997. Mérida.
- Deming, E. (1989): **Calidad, Productividad y Competitividad: La Salida de la Crisis**. Ediciones Díaz De Santos S.A., España.
- Errad, P. (1999): ¿Cómo Vencer los Obstáculos al Desarrollo de la Pyme? El aporte de Fundes. **Debates IESA**, Vol. 5, N° 1, Julio - Septiembre, Venezuela Consejo Editorial del IESA, pp. 9-12.
- Evans, J. y Lindsay, W. (1995): **Administración y Control de la Calidad**. Editorial Iberoamérica, México.
- Fondo para el Financiamiento de la Industria Merideña. Fonfimer (1999): **Listado de Microempresas**. Departamento de Computación, Mérida.
- García, J. (1999): ¿Pueden Exportar las Pymes?. **Debates IESA**, Vol. 5, N° 1, Julio - Septiembre, Venezuela Consejo Editorial del IESA, pp. 13-19.
- Henry, G. y Heinke, G. (1999): **Ingeniería Ambiental**. Editorial Prentice Hall, México.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P.
(1998): **Metodología de la Investigación**.
Editorial McGraw-Hill, México.

Ishikawa, K. (1994): **Introducción al Control de
Calidad**. Ediciones Díaz De Santos S.A.,
España.

Laudoyer, G. (1997): **La Certificación ISO 9000**.
Editorial C.E.C.S.A., México.

Schonberg, R (1989): **Manufactura de Categoría
Mundial**. Editorial Norma, Colombia.

Taguchi, G. (1987): On-Line: **Quality Control
During Production**. Japanese Standard
Association, Tokio.

Mecanismos de transmisión de la política monetaria

Chuecos, Alicia

Alicia Chuecos

Economista. Magíster en Economía.
Especialización en Macroeconomía
Aplicada. Profesora de la Facultad de
Ciencias Económicas y Sociales - ULA

Recibido: 13-07-04
Revisado: 14-12-04
Aceptado: 26-01-05

Dada la importancia creciente que está adquiriendo el uso de la política monetaria con el fin de estabilizar el producto y la inflación, se hace necesario entender el proceso mediante el cual la política monetaria afecta a la economía, es decir, entender los mecanismos de transmisión de la política monetaria. Esto le permite a la autoridad monetaria conducir en forma exitosa su política. Este trabajo tuvo como objetivo describir los principales mecanismos de transmisión monetaria, tales como el canal de la tasa de interés, el canal del tipo de cambio, el canal del crédito y el efecto en el precio de otros activos.

Palabras clave: mecanismos de transmisión monetaria, política monetaria, reglas de política.

RESUMEN

Because the growing interest on the use of monetary policy to stabilize the product and inflation, it is necessary to understand the way which monetary policy affects economics; that is to say, it is important to understand the mechanisms of transmission of monetary policy. It would help monetary authorities manage successfully their economical policy. The aim of this paper is describe the prior mechanisms of monetary transmission, such as exchange canal, credit canal and the effect on the prize of other actives.

Keywords: monetary transmission mechanisms, monetary policy, politics rules.

ABSTRACT

Introducción

Las políticas más utilizadas para estabilizar el producto y la inflación han sido la política fiscal y monetaria. Esta última es la más poderosa, debido, entre otras cosas, a las dificultades que implica poner en práctica la política fiscal, como, por ejemplo, la demora en los cambios requeridos del gasto público y la de los impuestos, además de la generación de crecientes déficits fiscales.

Las consecuencias de la política monetaria pueden ser en algunos casos, simultáneamente, positivas y negativas (la política fiscal tampoco escapa de ello). Entre los ejemplos de resultados positivos están la aplicación de una política monetaria expansiva, para salir de la recesión entre 1990-91 en Estados Unidos, y una contractiva desde 1994, para evitar el sobrecalentamiento de la economía. Como ejemplo de resultados negativos está la aplicación de una política monetaria contractiva en Estados Unidos por los años 80s, con el fin de frenar la inflación que se ubicaba en dos dígitos, la cual condujo a una fuerte recesión. Además, la duración de las anteriores consecuencias puede no ser muy corta, a pesar de que la política monetaria sea transitoria, ya que el tiempo en que la tasa de interés recobra nuevamente su nivel inicial es bastante largo.

Dada la importancia creciente que está adquiriendo el uso de la política monetaria, y dadas sus consecuencias, se hace necesario determinar los efectos que tiene dicha política sobre la economía (sobre la inflación y el producto) y el tiempo en que ocurren. Asimismo, es importante entender el proceso mediante el cual se generaron los efectos. Esto es lo que se conoce como *mecanismos de transmisión de la política monetaria*. Estos mecanismos comprenden principalmente los cambios en la tasa de interés, el tipo de cambio, canales de crédito y el efecto en el precio de los otros activos.

La presente investigación tuvo como objetivo describir el proceso mediante el cual la política monetaria afecta a la economía o, lo que es lo mismo, describir los anteriores mecanismos de transmisión monetaria. Esta descripción se desarrolla en la parte II. En la parte III se presentan las conclusiones.

1. Mecanismos de transmisión monetaria

Los principales mecanismos de transmisión monetaria son: canal de la tasa de interés, canal del tipo de cambio, canal del crédito y efectos en el precio de los otros activos. A continuación se describirán cada uno de ellos.

1.1 Canal de la tasa de interés y Canal del tipo de cambio

Los canales de la tasa de interés y del tipo de cambio pueden ser estudiados conjuntamente, dado que ambos tienen en común considerar la tasa de interés (i) como la principal variable para explicar el mecanismo de transmisión monetaria. La idea principal de ambos canales es, respectivamente:

$$M \downarrow \Rightarrow i \uparrow \Rightarrow I \downarrow \Rightarrow Y \downarrow ;$$
$$M \downarrow \Rightarrow i \uparrow \Rightarrow TC \downarrow \Rightarrow TCR \downarrow \Rightarrow NX \downarrow \Rightarrow Y \downarrow .$$

Uno de los defensores de estos canales ha sido Taylor (1995). Antes de analizar el canal de la tasa de interés y del tipo de cambio, Taylor (1995) recomienda considerar los siguientes aspectos:

- a. Respecto a la i :
 - Utilizar una sola i de corto y largo plazo (i_{cp}, i_{lp})¹.
 - Para afectar la i_{cp} el Banco Central controla la oferta de dinero (M). Sin embargo, dada la alta inestabilidad encontrada en la demanda de dinero, hoy día los Bancos Centrales controlan la base monetaria.

¹ Este punto ha sido criticado por otros investigadores porque no consideran que con un solo tipo de interés se puedan entender los efectos de la política monetaria sobre la inversión y el consumo. Para defenderse ante la crítica, Taylor (1995) asemeja la escogencia de una sola i con la estimación de la demanda de un producto: para la estimación de la demanda de un producto particular, por ejemplo el té, se tiene que utilizar un solo precio de dicho producto y no la variedad de precios que pueden existir, dado diferentes tipos o calidades que se pueden encontrar del té.

- Utilizar una función de reacción donde se muestre cómo el Banco Central ajusta la i ante el cambio de diversos factores como el producto, la inflación, etc.
- Suponer que las i_p consisten de un promedio ponderado esperado de las futuras i_{cp} . Así, si aumenta la i_{cp} y los agentes esperan que irán disminuyendo gradualmente, las i_p crecerán menos que las i_{cp} ; pero si los agentes esperan que seguirán aumentando, entonces las i_p crecerán más que las i_{cp} .

b. Respecto al tipo de cambio (TC):

- Utilizar un TC bilateral.
- Dada la alta movilidad de capital, utilizar la paridad descubierta de la i para ver los efectos sobre el TC nominal. Dado que esta paridad presenta algunas fallas, Taylor (1995) añade un término estocástico a la ecuación de la paridad.

c. Suponer expectativas racionales con rigideces en precios (P) y salarios (W), al menos temporalmente. En el largo plazo, los P y W se van ajustando lentamente, lo cual provocará que las expectativas también se vayan ajustando lentamente. Dado lo anterior, un aumento en la i conducirá a un aumento en la tasa de interés real (r). A su vez, un aumento en el TC nominal conducirá a un aumento en el tipo de cambio real (TCR), pero una vez que empiezan a ajustarse los P y W, la r y el TCR retornarán a su equilibrio.

Considerando los aspectos anteriores, se pueden ampliar las ideas principales de los canales de la tasa de interés y del tipo de cambio expuestas al inicio:

a. *Canal de la tasa de interés:* Una política monetaria contractiva (disminución en M) aumentará la i_{cp} , la cual afectará a la i_p . Dado el supuesto

de rigideces, aumentará r , aumentará el costo de capital, lo cual provocará una disminución en la inversión (I). Pero el cambio en la i no sólo afectará a las decisiones de los empresarios sino también a las familias, disminuyendo el gasto en bienes durables. Esto traerá como consecuencia una disminución en el producto real. Una vez que P y W se ajusten, la r retornará a su nivel inicial así como también el producto real.

b. *Canal del tipo de cambio:* El aumento en la i_{cp} nacional respecto a la extranjera hará aumentar la tasa esperada de devaluación, dado que se debe mantener la paridad del interés². Dado el supuesto de rigideces, disminuirá el TCR, lo cual desestimulará las exportaciones netas reales (XN), ya que los productos importados serán más baratos y los nacionales más caros. De allí, el producto real disminuirá. Nuevamente, cuando los P y W se ajusten, el TCR retornará a su nivel inicial, así como también el producto real.

El canal de la tasa de interés ha sido criticado por algunos autores, entre ellos Bernanke y Gertler (1995), al señalar que los efectos de la i sobre la I a través del costo de capital no son cuantitativamente importantes. Por esta razón, Taylor (1995) menciona en su *paper* algunas investigaciones que demostraron la alta relación negativa entre las variables. Entre ellas estuvieron las de Romer y Romer (fuerte relación negativa entre la i y el producto real), una propia de Taylor (relación significativamente negativa entre la r y los componentes de la I, así como también del consumo (C)), y la de Jorgenson (elasticidad negativa de la I respecto a la i).

1.2 Canal del crédito

Dentro del canal del crédito se pueden encontrar dos tipos: la hoja de balance (o *balance-sheet*) y el canal del crédito bancario. La idea principal de ambos canales es, respectivamente:

¹ La paridad descubierta del interés se puede expresar de la siguiente forma: $i_t = i_t^* \frac{E_t}{E_{t+1}}$. Por tanto, un aumento en la i hace aumentar la tasa esperada de devaluación, lo que implica una disminución en el TC (E_{t+1}).



Como se puede observar, a diferencia del canal de la tasa de interés, ambos canales del crédito dejan de lado el efecto directo de la i sobre el producto a través del costo de capital. Más bien tratan de explicar el mecanismo de transmisión monetaria mediante el cambio en los préstamos bancarios, el cual se debe principalmente a las variaciones en la prima financiera externa (pfe) y en el flujo de caja. Esta posición, asumida entre otros por Bernanke y Gertler (1995), se debe a ciertas debilidades que presenta el canal de la tasa de interés. Ellas son:

a. Hay un bajo efecto cuantitativo directo de la i sobre la I a través del costo de capital. Para los autores hay otros factores que pueden afectar la I distinta a la i , por ejemplo, los flujos de caja.

b. Hay un efecto débil de la i_{cp} sobre la i_p , por tanto la i_{cp} no puede tener efecto sobre la I y el gasto en bienes durables y habría que buscar otros factores que expliquen sus cambios.

Bernanke y Gertler (1995) han señalado cuatro aspectos que describen la respuesta de la economía a los cambios en M . Ellos son los siguientes:

- Una disminución en M no anticipada conduce a una disminución en el producto real y la inflación, aun cuando la i aumente transitoriamente.
- Con la disminución en M , inicialmente hay una caída rápida en la demanda final y un aumento

en la I en inventarios. Con el tiempo, hay una desinversión en inventarios y luego una disminución en el producto. Por tanto, la disminución en el producto sigue a la disminución en la demanda con un tiempo de rezago.

- La disminución en la demanda final se debe principalmente a la disminución en la I residencial, seguido de una disminución en el consumo de bienes durables y no durables.
- Luego de la disminución en la I residencial y en el consumo, le sigue la I fija.

Si bien se puede observar una relación inversa entre la i y la I , el gasto en bienes y, por tanto, en el producto, Bernanke y Gertler (1995) señalan que el canal de la tasa de interés no es un buen mecanismo para explicar la transmisión monetaria, tanto porque no se han encontrado pruebas suficientes para respaldar un fuerte efecto de i sobre la I , como porque algunos componentes de la demanda final no reaccionan sino mucho tiempo después del cambio en la i . Además, existe un *puzzle* en el hecho de que la I fija reacciona con un gran rezago, mientras que la I residencial cambia rápidamente, aspecto que, para los autores, no explica el canal de la tasa de interés.

Por tanto, dado que la explicación de la magnitud, tiempo y composición de la respuesta de la economía al cambio en la política monetaria no puede ser explicado únicamente a través de la i por medio del costo de capital, aunado al hecho de que existe información imperfecta y otras fricciones en el mercado de crédito, el canal del crédito surgió como mecanismo de transmisión monetaria. Esto no significa que la i no juegue un papel importante en la explicación de los efectos de la política monetaria, sino que la i por sí misma, a través del cambio en el costo de capital, no es lo suficientemente fuerte para explicar la transmisión monetaria. Se necesitan factores adicionales. Específicamente para el canal del crédito, los cambios en la i afectan la pfe y el flujo de caja.

Dados los aspectos anteriores, se pueden ampliar las ideas principales de los canales de la tasa de interés y del tipo de cambio expuestas al inicio:

a. *Canal de la hoja de balance:* Existe una estrecha relación entre la posición financiera del prestatario, medido a través del valor neto (suma de los activos líquidos y garantías negociables), y la pfe, medida como la diferencia en los costos del financiamiento externo (emisión de acciones o deuda) y los del financiamiento interno (utilidades retenidas). En particular, una mejor posición financiera (un mayor valor neto) hará disminuir la pfe, ya que el prestatario dispondrá de mayores fondos internos para financiar su inversión. Además, podrá ofrecer más y mejores garantías como respaldo al préstamo bancario. De allí que los problemas de selección adversa por parte de los bancos, y de riesgo moral por parte de los prestatarios, serán menores, y los bancos estarán más dispuestos a ofrecer préstamos.

Si el Banco Central disminuye M , aumentará la i y la hoja de balance de los prestatarios desmejorará directamente, por dos razones. Una razón es el aumento en el costo del financiamiento externo. Por otro lado, el precio de las acciones empezará a disminuir (debido a que los agentes decidirán gastar menos en esos activos para mantener la misma cantidad de dinero inicial) y por tanto disminuirá el valor neto de los prestatarios. Esto implicará una desmejora en la posición financiera de los prestatarios, lo cual conducirá a un aumento de la pfe. Aumentarán los problemas de selección adversa, porque las garantías de los préstamos disminuirán, y aumentarán los de riesgo moral, porque, al tener menor valor neto, los prestatarios querrán invertir en proyectos más riesgosos. La solución de los bancos por tanto será disminuir el préstamo, lo cual conllevará a una disminución en la I y en el producto. A su vez, la posición financiera también desmejorará de forma indirecta a través del flujo de caja, ya que los ingresos de las empre-

sas podrían disminuir si sus clientes disminuyen las compras, al verse perjudicados por el alza en la i .

Se ha visto entonces que la pfe y el flujo de caja podrían explicar tanto la magnitud como el tiempo de la respuesta de la economía al cambio en la política monetaria. Empíricamente, Bernanke y Gertler (1995) probaron la validez del canal de la hoja de balance al determinar una fuerte relación positiva entre la i y la *coverage-ratio*, indicando una desmejora en la posición financiera de los prestatarios. Además, los autores mencionan en su *paper* un estudio hecho por Galati en el que demostró una relación negativa entre la i y el flujo de caja.

Otro estudio mencionado por los autores fue el de Gertler y Gilchrist sobre el papel que juega el tamaño de las empresas prestatarias ante el cambio de política monetaria. Como se pudo apreciar en los párrafos anteriores, un aumento en la i desmejora la posición financiera, sin embargo, la desmejora depende de la habilidad de los prestatarios para superar el cambio en la pfe y en el flujo de caja. Dado que por lo general las grandes empresas pueden buscar fuentes de financiamiento distintas a las bancarias -por ejemplo, el mercado bursátil y de bonos- pueden soportar más los cambios de política mediante el aumento en la I de inventarios. En cambio, la reacción de las pequeñas empresas es cambiar la producción y el empleo. En este estudio se señaló que a pesar de que las pequeñas empresas no representaban un gran porcentaje dentro de las ventas totales, los cambios producidos en su I de inventarios sí podían afectar el total. Esto explicaría la razón por la cual la I en inventarios aumenta por un buen tiempo cuando aumenta la i y luego empieza a disminuir.

b. *Canal del crédito bancario:* Si la política monetaria es tal que provocará una disminución en el préstamo bancario a través de una disminución en los depósitos, los prestatarios que dependen

fuertemente de estos préstamos —por ejemplo, las pequeñas empresas—, tendrán que buscar otros prestamistas, lo cual conllevará a un aumento en la i y de allí a un aumento en la pfe , obteniéndose las mismas consecuencias señaladas anteriormente en el canal de la hoja de balance.

Por un lado, el canal del crédito bancario ha sido aceptado como mecanismo de transmisión monetaria, porque en la realidad existe gran cantidad de empresas (principalmente pequeñas) que dependen fuertemente del préstamo bancario. El objetivo mismo de los bancos ha contribuido a ello, dado que los bancos representan la mejor institución para superar los problemas de información asimétrica del mercado crediticio. Pero, por otro lado, se ha criticado acerca de la importancia que tiene la política monetaria —en este caso contractiva— sobre la disminución de los préstamos bancarios. Por ejemplo, la implementación de las reformas financieras ha conducido al desarrollo y desregulación financiera, permitiendo que los bancos puedan superar el efecto negativo de esta política monetaria, al poder crear préstamos bancarios mediante un aumento en la i pasiva y la emisión de acciones.

Sin embargo, a pesar del desarrollo y desregulación financiera, para Bernanke y Gertler (1995) el canal del crédito no ha perdido su importancia, ya que pueden ocurrir ciertas cosas que disminuyan la capacidad de los bancos para crear préstamos bancarios. Por ejemplo, no todos los bancos tienen el capital suficiente como para hacer grandes emisiones de acciones, y, para aquellos que sí lo tienen, un aumento en la i provocará la disminución del precio de las acciones, deteriorando el capital del banco. Además, los autores determinaron tanto una baja elasticidad precio de la demanda por esas acciones como una relación positiva entre la i y la pfe .

Un punto que aún no ha sido explicado es la razón por la cual la I residencial y de bienes durables caen rápidamente ante un aumento en la i , y

no así la I fija. El canal del crédito bancario puede resolver el *puzzle* cuando el estudio se enfoca hacia el lado de las familias. Cuando la política monetaria conduce a una disminución en los préstamos bancarios, para las familias es mucho más difícil conseguir otras fuentes de financiamiento a diferencia de las empresas y por tanto deciden disminuir el gasto en bienes durables y la I residencial. Igualmente, a través del canal de la hoja de balance se puede observar este efecto, dado que un aumento en la i deteriora la hoja de balance de las familias al disminuir su flujo de caja.

Mishkin (1995) también ha estudiado el efecto de la política monetaria en las decisiones de las familias, específicamente a través del canal de la hoja de balance, enfocándose en el efecto de liquidez. Una disminución en M que provoque un aumento en la i provocará una disminución en el precio de las acciones y las familias pueden esperar que les ocurrirá una desgracia financiera. Por tanto, querrán mantener más activos líquidos y empezarán a vender o desear menos los ilíquidos, tales como los bienes durables y la I residencial.

1.3 Efectos en el precio de otros activos

La idea principal del efecto en el precio de otros activos es:

$$M \downarrow \Rightarrow P \text{ de activos} \downarrow \Rightarrow q \text{ de Tobin} \downarrow \Rightarrow I \downarrow \Rightarrow Y \downarrow$$

Como se puede observar, a diferencia de los anteriores canales, los adherentes a este tipo de efectos, tales como Meltzer (1995), no sólo han puesto énfasis en el efecto que tiene la política monetaria sobre la i , sino en el precio de algunos activos, tales como los activos reales, ya que han reconocido que el mercado de dichos activos responde rápidamente ante cambios de política monetaria. En particular, el producto real y la inflación cambiarán sólo en el corto plazo y siempre y cuando los agentes esperen que los cambios en la política monetaria sean permanentes, ya que generará variaciones en el precio de los activos

reales. Por ejemplo, si los agentes creen que un aumento en M será permanente, empezarán a cambiar dinero por activos reales, lo cual hará aumentar el precio de estos últimos; si esperan que el aumento será transitorio, no harán ningún cambio entre dinero y activos reales y tampoco variará el precio de esos activos.

Para ampliar la idea principal del efecto en el precio de otros activos expuesta anteriormente, Meltzer (1995) considera tres tipos de activos: dinero, bonos o títulos que tienen un retorno nominal igual a la tasa de interés i , y capital real (bienes de capital, acciones, viviendas, terrenos, otros bienes durables, etc.) que tienen un precio igual a P . Con estos tres tipos de activos y la definición de riqueza, hay que determinar el precio relativo de dos de ellos, específicamente la i y P . El gráfico 1 representa el equilibrio del mercado de activos.

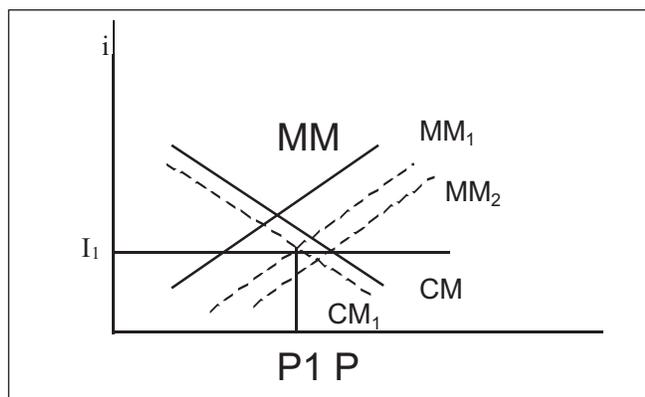


Gráfico 1

La curva MM representa el equilibrio en el mercado monetario y su pendiente es positiva: un aumento en la i provocará una disminución en la demanda de dinero; para que la riqueza se mantenga constante, es necesario un aumento en P , ya que de esa forma baja la demanda de capital real y sube la de dinero (y bonos). La curva CM representa el equilibrio en el mercado de bonos y títulos y su pendiente es negativa: un aumento en la i provocará un aumento en la demanda de bonos; para que

la riqueza se mantenga constante, es necesario una disminución en P , ya que de esa forma aumenta la demanda de capital real y baja la de bonos. El equilibrio se encuentra en la intersección de estas dos curvas.

Cuando el Banco Central hace compras de mercado abierto, el aumento de M hace desplazar la curva MM hacia la derecha hasta MM_1 . Como los agentes no desean tener esa cantidad de dinero adicional, decidirán comprar más bonos y activos reales, lo cual provocará una disminución en la i y un aumento en P . Dado que la demanda de dinero reacciona de forma inversa a la i y directamente a P , el proceso continuará hasta que se restablezca el equilibrio en el mercado monetario. Como el Banco Central está recuperando sus títulos, los agentes poseerán menos títulos y, por tanto, la curva CM se desplazará hacia abajo hasta CM_1 . Por ende, el nuevo equilibrio reflejará una disminución en la i y un aumento en P (i_1, P_1), siempre y cuando el desplazamiento de la curva MM sea mayor a la de CM , lo cual concuerda con la realidad (Meltzer, 1995).

El aumento en P estimulará la I , ya que implica que las empresas podrán lograr financiar de forma más barata nuevos bienes de capital, con una pequeña emisión de acciones (aumenta la q de Tobin). La baja de la i también contribuirá a aumentar la I . El aumento en la I conducirá a un aumento en la demanda agregada y, con ello, a un aumento en el producto y los precios de los productos.

Si los agentes percibieron el cambio en la política monetaria como persistente, esperarán mayores aumentos en los precios y, por tanto, decidirán cambiar dinero y bonos por activos reales. Esto conducirá a nuevos desplazamientos de las curvas CM y MM en el gráfico 1 (hacia abajo y hacia la derecha respectivamente), lo cual conducirá nuevamente a otro aumento en la I , en la demanda agregada y en el producto e inflación.

Existen otros factores que provocarán cambios adicionales en la I . Uno de ellos es el déficit

público. Dado que el aumento en el producto implicará mayores impuestos y menor gasto público, el déficit disminuirá, lo cual conducirá a otros desplazamientos similares a los anteriores en CM y MM, y por tanto nuevamente aumentará la I .

Para comprobar el efecto en el precio de los otros activos como mecanismo de transmisión monetaria, Meltzer (1995) demostró una fuerte relación entre la inflación y el precio de las viviendas. Los *peaks* de la curva del precio de las viviendas anteceden a los *peaks* de la curva de inflación, lo cual significa que las expectativas de los agentes afectan a los precios de los activos reales y, por tanto, a la I .

Además, Meltzer (1995) trató de explicar la expansión vivida en Japón a finales de los 80s y la recesión a comienzos de los 90s, mediante el efecto en el precio de los otros activos. A finales de los 80's, Japón decidió aumentar M . Esto produjo expectativas de inflación y provocó un aumento en el precio de los terrenos y viviendas. Este proceso estimuló la producción. A principios de los 90s, Japón disminuyó M y todo el proceso se revirtió: disminuyó el precio de los activos reales, disminuyeron la I y la producción. Esta misma razón la usó Meltzer (1995) para explicar las recientes recesiones observadas en Suecia e Inglaterra.

De este esquema de transmisión monetaria se pueden ofrecer las siguientes implicancias:

- a. La forma de financiar el déficit público, a través de bonos o dinero, afectará a la i y al precio de los activos reales, y por tanto al producto real.
- b. En el análisis keynesiano o del canal de la tasa de interés, un cambio en la demanda de dinero puede ser compensado completamente por un cambio en la oferta de dinero, con el fin de mantener la i constante. Si esto se logra, no habrá cambios en la I . Bajo este nuevo esquema, el aumento de la oferta monetaria tendría que llegar hasta MM2 en el gráfico 1 para lograr tal fin. Sin embargo, aquí se puede observar que el desplaza-

miento de la curva MM ha provocado un aumento en P , lo cual conducirá a cambios en la I y por tanto en el producto.

c. Similar a lo anterior, el análisis keynesiano indica que los cambios de política monetaria no tendrían efecto sobre la i cuando exista trampa de liquidez. Por tanto, no habría cambios en la I . Bajo este nuevo esquema, por más que la política monetaria no tenga efecto sobre la i , sí lo tendrá sobre el precio de otros activos, lo cual conducirá a cambios en la I .

d. Dado que el efecto de la política monetaria no afecta una sola vez al mercado de activos, sino que se ve reforzado por expectativas permanentes de los agentes y un cambio en el déficit público, Meltzer (1995) recomienda política monetaria conducida mediante reglas que sean anticipadas (no necesariamente fijas).

2. Conclusiones

El presente trabajo ha supuesto la existencia de efectos reales de corto plazo de la política monetaria. De allí que el principal objetivo fue describir los mecanismos de transmisión monetaria. Varios investigadores han hecho esfuerzos para comprobar empíricamente lo anterior.

Dadas las consecuencias (algunas veces indeseables) que tiene la política monetaria en el producto e inflación, así como también en las variables que se incorporan dentro del mecanismo de transmisión monetaria (préstamos bancarios, precio de activos, etc.), hay autores que sugieren la utilización de reglas de política monetaria. Por ejemplo, Taylor (1995) recomienda una función de reacción de la tasa de interés que responda a la inflación y al producto real. Por su parte, Meltzer (1995) recomienda reglas anticipadas, no necesariamente fijas, ya que el efecto de la política monetaria sobre el mercado de activos no es por una sola vez sino que se ve reforzado por las expectativas permanentes de los agentes.

A pesar de que este trabajo supone efectos

reales de corto plazo de la política monetaria, en realidad no hay consenso entre los economistas al respecto, y más aún sobre cuán breve es ese corto plazo. La macro actual no provee una clara explicación de cómo el dinero afecta variables reales, tales como el producto. En efecto, el mecanismo por el cual el dinero incide en el producto puede tener su origen en errores de percepción de precios (como Lucas), en precios y salarios rígidos (como Fischer y Taylor), o bien, no existir una relación de este tipo, como lo sugieren los seguidores de los ciclos reales (Kydland y Prescott). Ante el conocimiento poco preciso de esta relación, la regla propuesta podría entonces desestabilizar la economía. Un ejemplo de ello podría ser la política fuertemente contractiva aplicada en Chile, la cual desencadenó la actual recesión.

Para determinar la conveniencia o no de la utilización de política monetaria, habría que comparar las ganancias o pérdidas de dejar la economía libre con la de la actuación de la autoridad. Sin embargo, la comparación se hace un poco difícil a nivel empírico, puesto que los gobiernos, guiados por sus intereses partidistas, no se arriesgarían a mantenerse inactivos.

Referencias bibliográficas

- Bernanke, B. y Gertler M. (1995): "Inside the Black Box: the Credit Channel of Monetary Policy Transmission", **Journal of Economic Perspectives**, (Vol.9). N°4. fall, pp. 27-48, Minneapolis, Minnesota.
- Favero, C., Giavazzi, F. y Flabbi L. (1999): "The Transmission Mechanism of Monetary Policy in Europe: Evidence from Banks' Balance sheets", **NBER Working Paper Series**, N°7231. Cambridge, Massachusetts.
- Longworth, D. y O'Reilly B. (2000): "The Monetary Policy Transmission Mechanism and Policy Rules in Canada", **Documentos de trabajo, Banco Central de Chile**, N° 72. Mayo, Santiago.
- Meltzer, A. (1995): "Monetary, Credit and (other) Transmission Processes: a Monetarist Perspective", **Journal of Economic Perspectives**, vol. 9, n 4, fall, pp. 49-72, Minneapolis, Minnesota.
- Mishkin, F. (1995): "Symposium on the Monetary Transmission Mechanism", **Journal of economic perspectives**, (Vol. 9). N° 4. fall, pp. 3-10, Minneapolis, Minnesota.
- Obstfeld, M. y Rogoff K. (1995): "The Mirage of Fixed Exchange Rates", **Journal of Economic Perspectives**, (Vol.9). N°4. fall, pp. 73-96, Minneapolis, Minnesota.
- Taylor, J. (1995): "The Monetary Transmission Mechanism: an Empirical Framework", **Journal of Economic Perspectives**, (Vol. 9). N° 4. fall, pp. 11-26, Minneapolis, Minnesota.
- _____ (1999): "The Monetary Transmission Mechanism: the Evaluation of Monetary Policy Rules", **Third Annual International Conference of the Central Bank of Chile on "Monetary Policy: Rules and the Transmission Mechanism"**, September, Santiago.

Contabilidad de Costos: Una Evaluación de la Cátedra

Molina, Olga Rosa

Olga Rosa Molina

Licenciada en Contaduría Pública.

M.Sc. en Administración

Profesora de la Facultad de Ciencias
Económicas y Sociales - ULA

Recibido: 02-03-05

Revisado: 09-05-05

Aceptado: 11-05-05

El propósito de este artículo es mostrar algunas de las actividades que se realizan en la Cátedra de Contabilidad de Costos del Departamento de Contabilidad y Finanzas (FACES), de la Universidad de Los Andes (ULA), algunas vinculadas con el proceso de enseñanza-aprendizaje y otras con investigación, extensión y formación académica y profesional de sus miembros. Igualmente, se evaluará la trayectoria de los estudiantes inscritos en cada una de las carreras de la FACES y en las asignaturas de Contabilidad de Costos I y Contabilidad de Costos II, durante el periodo 1999-2004. También se hará una revisión del número de estudiantes que han retirado y aprobado estas asignaturas, en cada uno de los semestres dictados en este periodo.

Palabras Clave: cátedra, costos, docentes, estudiantes, actividades.

RESUMEN

The purpose of this article is to show some of the activities made in the Class of Cost Accounting of the Accounting and Finance Department (FACES), of the University of the Andes (ULA). Some of them linked with the process of teaching - learning and other ones with investigation, extension and professional and academic formation of its members. In the same way, there will be evaluated the path of the students registered at each one of the careers of the FACES and at the subjects of Cost Accounting I and Cost Accounting II during the period 1999 -2004. Also, there will be done a review about the number of students who have withdrawn and approved these subjects, at each one of the semesters dictated on this period.

Keywords: class, costs, teachers, students, activities.

ABSTRACT

1. Introducción

La Cátedra de Contabilidad de Costos es una Unidad Académica del Departamento de Contabilidad y Finanzas de la Escuela de Administración y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES) de la Universidad de Los Andes (ULA), dirigida por un Jefe de Cátedra que se encarga de planificar, organizar y coordinar todas las reuniones y actividades, a fin de lograr el buen funcionamiento de la misma.

A la Cátedra de Contabilidad de Costos están adscritas las asignaturas: Contabilidad de Costos I y Contabilidad de Costos II, las cuales se dictan en el IV y el V semestre, respectivamente, de las carreras de Administración y Contaduría Pública, según el pensum de estudios vigente de estas carreras. Esta cátedra también apoya al Postgrado en Ciencias Contables en la asignatura Gestión Estratégica de Costos.

Los miembros de la cátedra trabajan con esmero y dedicación en el cumplimiento de las metas que se proponen. Además, están plenamente identificados con las actividades que involucran el proceso de enseñanza-aprendizaje, con las de investigación y las de formación académica y profesional. Por eso, constantemente se fijan estrategias para hacer más amena y dinámica la enseñanza de los costos, reforzando paralelamente el aprendizaje. Con respecto a la investigación, existe participación activa en esta actividad, tomando en cuenta que la "... investigación y la docencia no sólo se complementan, sino que se exigen" (Ruiz y Rojas, 2001, p. 61). Igualmente, tiene gran relevancia la formación profesional y académica de los profesores, en la búsqueda de nuevos conocimientos que luego surtirán efecto en la enseñanza.

Si las funciones se cumplen eficientemente, se contribuye con el rendimiento académico de la FACES y la formación de los futuros Licenciados en Contaduría Pública y en Administración,

particularmente en el área de Costos.

A través del presente artículo se dará un vistazo a las actividades más relevantes que se realizan dentro de la Cátedra. Para que el lector tenga una visión más clara de la ubicación de la misma, se empezará por identificar algunos aspectos relacionados con la Universidad de Los Andes, la Escuela de Administración y Contaduría Pública y el Departamento de Contabilidad y Finanzas.

2. Acerca de la Universidad de Los Andes

La Universidad de Los Andes (ULA), ubicada en la ciudad de Mérida, capital del Estado que lleva el mismo nombre, tuvo sus orígenes en el año 1785, en fecha 29 de marzo, cuando el Obispo de Mérida, Fray Juan Ramos de Lora, fundó una Casa de Estudios que, elevada luego a Seminario, habría de convertirse en Instituto Universitario. El 21 de septiembre de 1810, la Superior Junta Gubernativa de la provincia expidió el decreto de creación de la Real Universidad de San Buenaventura de Mérida de los Caballeros, concediéndole al Seminario la gracia de Universidad, con todos los privilegios de la de Caracas y con la facultad de conferir "Todos los grados menores y mayores en Filosofía, Medicina, Derecho Civil y Cánónigo y en Teología". Permaneció como instituto eclesiástico hasta 1832, cuando fue secularizada por el gobierno nacional, presidido por el General José Antonio Páez. El nombre que hoy lleva nuestra universidad le fue dado en 1883 y lo conserva desde entonces, salvo un breve periodo entre 1904 y 1905 en que se le designó con el de Universidad Occidental.

Actualmente, la Universidad de Los Andes es una universidad nacional autónoma, financiada por el Estado en un 90%. Comprende un área de 360.719 m²., distribuidos a lo largo de los tres estados andinos, además de las extensiones de la Facultad de Medicina en las ciudades de Guanare, Valle de La Pascua y Barinas. La instrucción es

impartida en idioma español. La Universidad tiene, en estos momentos, 37.301 estudiantes activos en pre-grado, distribuidos entre las distintas Facultades y Núcleos.

La estructura académica de la universidad está constituida por diez facultades y dos núcleos: Arquitectura y Arte, Ciencias, Ciencias Económicas y Sociales, Ciencias Forestales y Ambientales, Ciencias Jurídicas y Políticas, Farmacia, Humanidades y Educación, Ingeniería, Medicina, Odontología y los Núcleos del Táchira y Rafael Rangel en Trujillo.

Cada una de las facultades está integrada por escuelas, las que a su vez se subdividen en departamentos y éstos en cátedras, dependiendo de las disciplinas afines en un área de conocimiento en particular. Cuenta con importantes institutos, centros y laboratorios de investigación, que sumados a la productividad académica de sus actores, sitúan a la Universidad de Los Andes entre las instituciones de educación superior más importantes del país (ULA, 2005). Nuestra atención se centrará en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES), anteriormente

Facultad de Economía, decretada el 9 de octubre de 1958, siendo Rector el Dr. Pedro Rincón Gutiérrez.

Esta Facultad está conformada por varias escuelas. Inicialmente, sólo contaba con la Escuela de Economía y el Instituto de Investigaciones Económicas. Más tarde, en el año 1967, se creó la Escuela de Administración y Contaduría, y en 1981 empezó a funcionar la Escuela de Estadística. Esto permite ofrecer las carreras de Economía, Administración, Contaduría Pública y Estadística, pudiéndose obtener los títulos de Economista, Lic. en Administración, Lic. en Contaduría Pública y Lic. en Estadística, respectivamente. Todas estas carreras tienen una duración de diez semestres académicos (ULA, 2005). La cantidad de estudiantes activos de esta Facultad para el mes de febrero del 2005 era de 4.314, según información obtenida de ORE-FACES-ULA, distribuidos entre las distintas carreras. En el cuadro 1, se muestra con mayor detalle la cantidad de estudiantes que se han inscrito por semestres y por carreras en la FACES, desde 1999 hasta 2004.

Cuadro 1

Cantidad de Estudiantes inscritos en la FACES. Período 1999- 2004

Año	Período	Inscritos	EE *	EA	EC	EE **
2004	B2004	4.321	813	1.681	1.490	337
2004	A2004	4.304	798	1.680	1.484	342
2003	U2003	4.580	867	1.772	1.600	341
3002	U2002	4.735	886	1.834	1.655	360
2002	B2001	4.712	840	1.700	1.821	351
2001	A2001	4.556	800	1.638	1.802	316
2001	B2000	4.577	773	1.631	1.866	307
2000	A2000	4.320	736	1.522	1.785	277
2000	B1999	4220	734	1.494	1.736	256
1999	A1999	3.888	731	1.364	1.597	196
Total		44.213		16.316	16.836	

Lectura:

EE = Escuela de Economía * / EA = Escuela de Administración / EC = Escuela de Contaduría / EE = Escuela de Estadística **

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de ORE-FACES- ULA (2005).

Del total de estudiantes inscritos durante este periodo, el mayor porcentaje corresponde a la Carrera de Contaduría (38%), comparado con el de Administración (36%), aunque no existe una diferencia significativa. Lo que llama la atención, es que, según la información del cuadro 1, a partir del semestre U2002, el total de inscritos en la carrera de Administración es mayor con respecto a Contaduría.

Según el Artículo 68, Sección VIII de la Ley de Universidades (1970, p. 39) "... las labores docentes de cada Facultad serán realizadas a través de las Escuelas que la integren. Por su especial naturaleza, a cada Escuela corresponde enseñar e investigar un grupo de disciplinas fundamentales y afines dentro de una rama de la ciencia o de la cultura".

La Escuela de Administración y Contaduría Pública tiene como objetivo formar Licenciados en Administración y Contaduría Pública, capacitados para enfrentar y resolver los problemas vinculados con la sociedad de la cual forman parte y tomar decisiones que contribuyan a desarrollar la organización donde se desempeñan como profesionales.

Esta Escuela está constituida por los Departamentos de Empresas y de Contabilidad y Finanzas. "El Departamento es el conjunto de Cátedras que se integran en la unidad de una disciplina. Cada Departamento coordinará el funcionamiento de las diversas Cátedras que lo integren y podrá prestar sus servicios a otras Facultades" (Artículo 69, Sección VIII, Ley de Universidades, 1970, p. 39).

Durante 1999-2004, el mayor número de estudiantes activos estuvo en la Escuela de Administración y Contaduría, con un 75% del total de estudiantes de la FACES. Esta es una cantidad relevante si la comparamos con las escuelas de Economía y Estadística.

El Departamento de Contabilidad y Finanzas está integrado por las Cátedras de Contabilidad

General, Contabilidad Superior, Contabilidad de Costos, Contabilidad Especializada, Auditoría y Administración Financiera. De acuerdo al objetivo de este artículo, nuestro interés se orienta hacia la Cátedra de Contabilidad de Costos.

3. ¿Qué es la Cátedra de Contabilidad de Costos?

La Cátedra de Contabilidad de Costos es una Unidad Académica del Departamento de Contabilidad y Finanzas "... integrada por uno o más profesores que tienen a su cargo la enseñanza o la investigación de una determinada asignatura" (Artículo 69, Sección VIII, de la Ley de Universidades, 1970, p. 39)

A esta cátedra están adscritas las asignaturas Contabilidad de Costos I y Contabilidad de Costos II. Estas asignaturas se dictan en el IV y el V semestre, respectivamente, de las carreras de Administración y Contaduría Pública, según el pensum de estudios vigente de estas carreras. Apoya al Postgrado en Ciencias Contables en la asignatura Gestión Estratégica de Costos.

Forman parte de la Cátedra de Contabilidad de Costos los profesores que hayan ingresado por concurso de credenciales o de oposición, quienes no sólo se dedican a la docencia, sino también a la investigación y extensión vinculada con el área de conocimiento. A la presente fecha, la planta profesoral está compuesta por seis profesores ordinarios, todos con estudios de cuarto nivel, lo cual representa una fortaleza académica.

Además, son parte de esta cátedra los estudiantes que por concurso obtienen el cargo de preparadores y contribuyen con el dictado de dos horas de prácticas a la semana por sección, en la asignatura Contabilidad de Costos I.

Entre 1999 y 2004, han cursado Contabilidad de Costos 7.278 estudiantes, de los cuales 4.007 han sido de Costos I (cuadro 2) y 3.271 de Costos II (cuadro 3), distribuidos por semestres y por carreras.

Cuadro 2

Cantidad de Estudiantes que han cursado Contabilidad de Costos I

Año	Período	Inscritos	Retirados	Est. por Carrera		
				EE *	EA	EC
2004	B2004	323	99	0	200	123
2004	A2004	310	47	1	187	122
2003	U2003	278	29	0	151	127
3002	U2002	277	44	0	130	147
2002	B2001	542	64	8	246	288
2001	A2001	530	104	5	230	295
2001	B2000	462	34	10	215	237
2000	A2000	509	34	6	218	285
2000	B1999	407	16	4	184	219
1999	A1999	369	12	0	180	189
Total		4.007	483	34	1.941	2.032

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de ORE-FACES- ULA (2005).

Al analizar la trayectoria de los estudiantes inscritos en Contabilidad de Costos I, el mayor número fue en los semestres A2001 y B2001 (26% del total). Al contrastar el total de inscritos con los retiros, los semestres A-2001 y B-2004 mostraron el mayor número de retiros en la asignatura. De acuerdo a la distribución por carreras, Contaduría registra el mayor número de inscritos: 51% del total.

Es importante observar que siempre era mayor el número de estudiantes inscritos en Contaduría, pero a partir del semestre U2003 esta situación cambió. La mayor cantidad de inscritos fue en Administración, con respecto a Contaduría, representando más del 50% en el semestre B-2004. Sería interesante, después de cierto periodo, analizar los semestres siguientes para conocer cómo ha continuado este comportamiento.

Relacionando la cantidad de estudiantes inscritos en Contabilidad de Costos I con el número de profesores de la Cátedra (cinco en promedio) en este periodo (1999-2004), cada profesor ha atendido 801 alumnos, repartidos en 13 secciones, a razón de 62 estudiantes por sección, aproximadamente, cada semestre.

De los estudiantes inscritos en Contabilidad de Costos II, la mayor cantidad fue en el semestre

B2000, dándose el mayor número de retiros de la asignatura en los semestres A2001, A2004 y B2004, habiéndose inscrito en la carrera de Contaduría la mayor cantidad (53%) con respecto al total. Al comparar la cantidad de inscritos por semestres en las dos carreras, las variaciones no han sido relevantes.

Cuadro 3

Cantidad de Estudiantes que han cursado Contabilidad de Costos II

Año	Período	Inscritos	Retirados	Est. por Carrera		
				EE *	EA	EC
2004	B2004	290	83	0	157	133
2004	A2004	354	70	0	173	181
2003	U2003	326	44	0	146	180
3002	U2002	410	42	1	192	217
2002	B2001	358	57	1	157	200
2001	A2001	296	60	1	129	166
2001	B2000	367	28	2	158	207
2000	A2000	307	19	1	144	162
2000	B1999	341	11	1	151	189
1999	A1999	222	29	0	118	104
Total		3.271	443	7	1.525	1.739

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de ORE-FACES- ULA (2005).

4. ¿Qué se hace dentro de la Cátedra de Contabilidad de Costos?

Dentro de la Cátedra de Contabilidad de Costos se realizan numerosas actividades, unas relacionadas con el funcionamiento normal de la Cátedra y otras vinculadas con el proceso de enseñanza-aprendizaje, con investigación, extensión (algunas veces) y formación académica y profesional de sus miembros.

Esas actividades se llevan adelante con esmero y dedicación, en aras de cumplir con las metas propuestas y con el firme propósito de colocar a la Cátedra en el lugar que se merece al realizar sus funciones con eficiencia y efectividad.

4.1. En cuanto al Funcionamiento Normal de la Cátedra

Constantemente se realizan reuniones para tratar aspectos propios de la Cátedra, como evaluación de los resultados de cada semestre

que finaliza, presentación y discusión de informes de cada semestre culminado, aprobación de año sabático de los profesores que cumplen con los requisitos exigidos por el Estatuto de Personal Docente y de Investigación, reestructuración de programas de las asignaturas adscritas a la Cátedra, aprobación del dictado de Costos I y/o Costos II en el curso intensivo, aprobación de anteproyectos y trabajos de ascenso, emisión de opiniones o respuesta a consultas sobre casos particulares, según solicitud de la Jefatura del Departamento, entre otras.

Como el proceso de enseñanza-aprendizaje es el pilar fundamental del rendimiento académico de la FACES, los profesores implementan constantemente nuevas estrategias metodológicas para hacer más amena y dinámica la enseñanza de los costos, reforzando al mismo tiempo el aprendizaje. Las estrategias metodológicas son las acciones, técnicas, procedimientos, instrumentos y actividades que se planifican para llevar a efecto la ejecución de los programas de las asignaturas.

La enseñanza “es el conjunto de acciones ejecutadas por el profesor encaminadas a: estimular, dirigir y controlar; por medio de técnicas adecuadas, el aprendizaje de los alumnos en función de las características de la asignatura y de los objetivos previstos” (Vázquez y López, 1997, p. 13).

El proceso de enseñanza-aprendizaje se da cuando existe interacción entre el alumno, el contenido o asignatura y el profesor. El punto central del proceso es el alumno y la planificación de la enseñanza está condicionada por las características propias de la asignatura, las normativas institucionales y los objetivos de la carrera que conllevan al logro del perfil profesional (Vázquez y López, 1997).

Por tanto, en el proceso de enseñanza de los costos, además de las clases presenciales, momento en el que los estudiantes y el docente

analizan aspectos teóricos, intercambian ideas, plantean y resuelven problemas, también se trabaja con la estrategia de aprender haciendo, mediante la solución de casos prácticos, elaboración de monografías, realización de trabajos de campo en empresas de la localidad, presentación de portafolios sobre tópicos especiales, simulación de escenarios sobre el contenido de algún tema del programa de la asignatura, control de lecturas, presentación de videos, realización de eventos especiales (conferencias de costos), utilización del multimedia como instrumento didáctico interactivo y de otras herramientas tecnológicas, como las páginas web.

En este sentido, Quintero (2004) destaca que “... diversos estudios e investigaciones en el campo educativo, han señalado claramente que se debe utilizar nuevas formas para el dictado de las clases en el ámbito superior, con el fin de despertar en el estudiantado el interés por la creatividad y la dedicación al estudio, de manera tal de formar profesionales que sean capaces de tomar decisiones y que sean capaces de resolver problemas ante situaciones difíciles y contribuyan de manera activa al desarrollo del país” (p. 3)

En la misma tónica, García y Ruiz (1997) sostienen que “... se aprende con la acción, con la práctica; el poder socializador de la acción y de la práctica pueden más que los contenidos que se enseñan” (p. 946).

Esa nueva forma de enseñar los Costos, se ha venido practicando desde hace varios semestres, con el firme propósito de estimular el ánimo y el entusiasmo de los alumnos para el estudio de Costos, la aplicación de los conocimientos teóricos a la práctica -pues, de lo contrario, no hay aprendizaje-, el mejoramiento del rendimiento estudiantil (disminución del número de reprobados) y la consolidación del aprendizaje, ya que al poco tiempo se olvida lo aprendido.

De los alumnos inscritos durante un semestre, algunos aprueban la materia, otros salen reprobados y también se tienen retiros legales, ausentes y retiros por aplicación de medidas por bajo rendimiento. En Contabilidad de Costos I, el número de estudiantes aprobados (2.422) durante el periodo objeto de estudio representa el 60% del total de inscritos. Por otra parte, en Contabilidad de Costos II, del total de inscritos aprobaron 1.799, lo cual representa el 55%.

El promedio aprobatorio de las asignaturas Contabilidad de Costos I y Contabilidad de Costos II (cuadro 4) se ha mantenido entre 12 y 13 puntos durante 1999-2004. Aun cuando, día a día, los

profesores de la Cátedra profundizan en el uso de estrategias metodológicas, quizás se han logrado algunos de los objetivos planteados, pero no se ha incrementado el promedio de notas de los alumnos.

No obstante, hay que tomar en cuenta que también existen elementos sociales, económicos y de otra índole, como planes de estudio y de evaluación institucional, que influyen en el proceso de aprendizaje de los estudiantes, y que la utilización de estrategias metodológicas no se puede considerar como el termómetro verdadero para medir el rendimiento estudiantil.

Cuadro 4

Rendimiento estudiantil por períodos y asignaturas

Contabilidad Costos I					Contabilidad de costos II		
Año	Período	Inscritos	Aprobados	Promedio aprobatorio	Inscritos	Aprobados	Promedio aprobatorio
2004	B2004	323	175	13,30	290	136	13,38
2004	A2004	310	155	13,21	354	117	12,35
2003	U2003	278	184	14,01	326	164	12,09
3002	U2002	277	138	12,60	410	235	12,83
2002	B2001	542	325	12,77	358	206	12,66
2001	A2001	530	301	12,66	296	172	13,07
2001	B2000	462	291	12,78	367	265	13,35
2000	A2000	509	312	13,04	307	196	13,77
2000	B1999	407	287	13,08	341	215	13,74
1999	A1999	369	254	13,43	222	93	13,02
		4.007	2.422		3.271	1.799	

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de ORE-FACES- ULA (2005).

4.2. En cuanto a Investigación

En cuanto a investigación, ésta no se descuida dentro de la Cátedra de Costos. Los profesores no tienen dudas sobre lo que significa ser docente o investigador en el ámbito específico de la educa-

ción superior y en particular en las ciencias sociales.

Conviene recordar aquí lo expuesto por Ruiz y Rojas (2001), quienes señalan que "... investigación y docencia no sólo se complementan, sino

que se exigen”, “... se vinculan estrechamente, con el fin de contribuir de esta manera a la superación de la actividad docente y a elevar el nivel de formación de los alumnos” (p. 17-61).

A través de la investigación se logra un cúmulo de conocimientos, producto de la interacción con actores dedicados al trabajo práctico en búsqueda de solución a problemas concretos. Estos conocimientos son compartidos luego con los alumnos, enriqueciendo el aprendizaje y motivándolos a estudiar los contenidos programáticos, al salirse de la rutina diaria de resolver ejercicios del problemario o casos planteados, alejados de la realidad, de empresas u organizaciones.

Tal como afirma Casal (2003):

“La docencia de calidad se fundamenta en una investigación permanente, la cual, en su esencia, busca la verdad, basada en una realidad circundante. Es necesario que el docente universitario, para ejercer la investigación, se forme, especialice y esté en continua actualización en el área de conocimiento de su competencia” (p. 11).

Como los profesores están comprometidos con la investigación, coordinan líneas de investigación, son miembros activos de grupos de investigación, tutores de tesis de postgrado, representantes de comisiones ante el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico (CDCHT), además de ser responsables de proyectos de investigación y publicación de artículos.

También generan material de apoyo para los estudiantes, como textos, problemarios, guías, material instruccional a distancia, así como la preparación de ponencias para su presentación en eventos nacionales e internacionales, resultados también de la investigación.

Estos productos, al igual que el diseño de cualquier programa de asignaturas, requieren de investigación, porque es indispensable el dominio del área o de la materia que se imparte y con base

en ello se plantean hipótesis, objetivos respecto del conocimiento, habilidades y/o destrezas que se desea logren los alumnos al finalizar el curso (Ruiz y Rojas, 2001).

4.3. En cuanto a formación profesional y académica

Cabe señalar que, para mejorar la calidad de la educación superior, debe existir la consecuente formación profesional y académica, sin estar sujeto sólo a la investigación ni a la realización de estudios de postgrado, “... toda vez que un excelente investigador no necesariamente puede ser un buen profesor” (Ruiz y Rojas, 2001, p. 22).

Por ello, los docentes de la cátedra no dejan de lado este aspecto, ya que además de la asistencia a cursos, talleres, seminarios, etc., también se han formado en programas como el de Actualización Docente, promovido por el Vicerrectorado Académico de la Universidad, y el Programa de Formación de Tutores, para mejorar la actividad tutoreal con los tesis.

Aparte de las actividades mencionadas, profesores de la cátedra también imparten docencia a nivel de postgrado y han realizado actividades administrativas en cargos de dirección y jefaturas de departamento.

Conclusiones

Darle un vistazo a lo que se hace dentro de la Cátedra de Contabilidad de Costos, ha servido para reflexionar acerca de las múltiples actividades que se realizan cotidianamente para lograr el objetivo principal de esta unidad académica, el cual no es otro que la docencia, pero vinculada a la investigación y a la formación profesional y académica en el área de conocimiento.

A pesar de las dificultades y limitaciones para cumplir a cabalidad con las responsabilidades asumidas como miembros de una cátedra, siempre existe una oportunidad para extender la mano y hacer las cosas lo mejor posible.

Cada vez son mayores los esfuerzos por lograr las metas propuestas, sin escatimar tiempo ni desaprovechar oportunidades.

En cuanto a la actividad docente, ésta no está desasistida, quienes la realizan están comprometidos claramente con la misma, utilizan las mejores estrategias en búsqueda de resultados satisfactorios.

La investigación está sustentada con los proyectos presentados y la formación académica y profesional, se cumple a cabalidad.

Finalmente, se debe acotar que no existen espacios vacíos entre el hacer y el saber dentro de la Cátedra de Contabilidad de Costos, ya que la misma se ha convertido en una unidad académica de excelencia, que asume un papel significativo dentro del Departamento de Contabilidad y Finanzas de la FACES, ULA.

Referencias bibliográficas

Casal A. (2003). Ideas para impulsar la Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes (FACES-ULA). Caso: Departamento de Contabilidad y Finanzas. **Revista Actualidad Contable Faces**. Año 6.

N° 6, enero- junio. Venezuela. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

García A. y Ruiz E. (1997). **Métodos Activos en la Enseñanza-Aprendizaje de los Costos**. V Congreso Internacional de Costos. Acapulco, México.

Ley de Universidades (1970). Gaceta Oficial N° 1.429, Extraordinaria. Venezuela.

ORE-FACES-ULA (2005). Información suministrada por la Oficina de Registros Estudiantes. Mérida. Venezuela.

Quintero de C. María. (2004). **Multimedia Sistema de Costos por Procesos**. Universidad de Los Andes. Mérida. Venezuela.

Ruiz del Castillo A. y Rojas Soriano R. (2001). **Vínculo Docencia-Investigación para una formación integral**. Plaza y Valdés Editores. Colombia.

ULA (2005). Breve Reseña Histórica. (Documento en Línea). Disponible en http://www.ula.ve/información/historia_breve.html (consulta 2005, marzo 04).

Vázquez B. José y López V. Víctor. (1997). **Manual de Didáctica para las Áreas Básicas de la Contaduría Pública**. Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. México.

Las Normas Internacionales de Contabilidad

Monge, Pedro

Pedro Monge
Profesor de la Universidad de
Huelva, España
monge@uhu.es

Recibido: 02-07-04
Revisado: 10-07-05
Aceptado: 17-03-05

La globalización está influyendo en la mayoría de los países del mundo. Desde el punto de vista empresarial, la globalización posibilita una ampliación de mercados, la creación de empresas supranacionales, así como la posibilidad de negociar acciones en cualquier bolsa del mundo. A la hora de confeccionar los estados financieros (balance, cuenta de pérdidas y ganancias, etc.), las empresas se encuentran con el problema de tener que adaptar dichos estados a las normas de los diferentes países con los que comercia. El artículo hace referencia a las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), que los principales países del mundo pretenden implantar para que, de esta forma, se confeccionen los estados financieros utilizando los mismos criterios contables en todos ellos. Algunas partes del artículo hacen referencia a las modificaciones que supone en España la aplicación de dichas normas, ya que es interesante, con un ejemplo, ilustrar al lector sobre los principales cambios que van a producirse y que en, algunos casos, pueden extrapolarse al resto de países.

Palabras clave: NIC, Contabilidad, reforma, globalización, estados financieros.

RESUMEN

The globalization phenomenon is influencing in most of the world countries. From the enterprise point of view, the globalization makes possible an extension of markets, the creation of supranational enterprises as well as the possibility of share negotiating in any world stock market. At the time of making the Financial Statements (Balance Sheet, Profit and Loss Statement, etc.), the enterprises are with the problem to have to adapt these Statements to the different countries norms of the different countries with which it deals. This paper makes reference to the International Accounting Standard Board (IASB) the main world countries try to implant so that Financial Statements are used accounting standards such. Some parts of this paper make reference to the Spanish modifications that suppose these IASB application, since is interesting, with an example, to the reader explain on the main changes that are going to take place and that in, some cases, can be extrapolated to the rest of countries.

Keywords: IASB, accounting, accounting reform, globalization, financial statements.

ABSTRACT

1. Introducción

Como no podía ser menos, la globalización de las actividades económicas se refleja también en la necesidad de elaborar unas normas y principios contables para ser utilizados en los distintos mercados internacionales, que puedan ser comprendidos por los diferentes usuarios de la información económica-financiera de las empresas y faciliten la comparación de la información, incrementando así la transparencia de los mercados.

Para ello, en el año 2002 se aprobó el Reglamento de la Unión Europea relativo a la aplicación de las Normas Internacionales de Contabilidad (en adelante, NIC) o Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF, el nombre de todas las nuevas normas que vayan apareciendo), por el que los grupos europeos que emitan títulos de renta variable, admitidos a cotización oficial en mercados regulados, presentarán sus Estados Financieros Consolidados de acuerdo con las NIC, para los ejercicios que se inicien a partir del 1 de enero de 2005. Posteriormente, otros países no pertenecientes a la Unión Europea, entre los que destacan Australia, Brasil, Canadá, Noruega, Suiza y Rusia, han establecido distintos planes de convergencia de sus normas contables con las Normas Internacionales.

También se ha formalizado un acuerdo de convergencia entre las normas norteamericanas y las NIC, que en una primera fase a corto plazo, pretende eliminar las diferencias más significativas que se pudieran derivar de la emisión de la nueva normativa contable, emitida tanto por la International Accounting Standards Board (organismo emisor de las NIC) como por el FASB (organismo emisor de normas contables en USA) y, posteriormente, dar los pasos necesarios para la convergencia de la normativa actualmente en vigor.

En España se cuenta con el denominado Libro Blanco para la reforma contable, elaborado por

una Comisión de Expertos, constituida por orden del Ministerio de Economía, en el que se contienen las recomendaciones y líneas básicas para abordar la reforma de la contabilidad en España. Sobre la base de estas recomendaciones, el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (en adelante, ICAC) propondrá un plan de acción al Gobierno para que decida el alcance de las reformas. Dichas reformas previstas en España, tenderán a compatibilizar la normativa contable actual con las NIC, de forma que las empresas individuales que elaboren sus estados financieros de acuerdo con la normativa contable española, puedan, a la vez, cumplir con los requisitos contables establecidos en las NIC.

Es probable, por tanto, que en un plazo de tiempo relativamente breve se pueda hablar de una normativa contable ampliamente aceptada, que permita la difusión de la información económica-financiera de las entidades en un único lenguaje, que favorezca las transacciones internacionales y la toma de decisiones por parte de los inversores al facilitar la comparación de la información. Otra ventaja adicional que la unificación normativa proporcionará a las entidades transnacionales, es un importante ahorro de costes administrativos derivados de la preparación de unos estados financieros de acuerdo con una única normativa, independientemente de los países en los que sea necesario presentar la información.

2. La Normalización Contable Internacional. El Modelo Contable del IASB

Ante cualquier fenómeno armonizador en el ámbito internacional, lo primero que hay que delimitar con claridad es el modelo objeto de aceptación con carácter general.

A este respecto, la International Organization of Securities Commission (en adelante, IOSCO) encargó en 1995 al International Accounting Standards Committee, en la actualidad International Accounting Standards Board (en

adelante, IASB), la tarea de elaborar un cuerpo básico de normas contables que pudieran ser aceptadas en los mercados financieros internacionales y, por tanto, aplicadas por las empresas que desearan que sus valores cotizaran en los citados mercados.

El organismo emisor internacional de normas contables, el IASB, tiene una dilatada historia y una bien ganada reputación a lo largo de casi sus treinta y un años de existencia. Nació en 1973 bajo las siglas IASC (International Accounting Standards Committee) y, por un acuerdo establecido entre institutos profesionales de Alemania, Australia, Canadá, Francia, Holanda, Irlanda, Japón, México, Reino Unido y los Estados Unidos de América, pasó a denominarse tal y como hoy se conoce. Entre 1983 y 2001, los miembros del IASB fueron todos los institutos que agrupan a la profesión contable en la práctica totalidad de los países del mundo, que también eran miembros de la Federación Internacional de Contadores (IFAC). Tras una profunda reforma organizativa, en 2001, el IASB se ha convertido en un organismo independiente, regido por una Fundación, que cuenta con los siguientes órganos, a través de los cuales desarrolla sus funciones.

- a) Los Administradores, que nombran a los miembros de los diferentes consejos y comités dentro del IASB, captan fondos, aprueban el presupuesto y tienen responsabilidad para acometer cambios en la constitución del órgano.
- b) El Consejo es el órgano técnico más importante dentro del IASB; está compuesto por catorce miembros con experiencia y conocimientos técnicos, la mayoría de los cuales ejerce su misión a tiempo completo.
- c) El Consejo Asesor de Normas, compuesto por unos treinta miembros, que es el vehículo formal para que personas de diferente procedencia geográfica y profesional puedan

asesorar al Consejo sobre las prioridades de actuación en la normativa contable y las posibles implicaciones de las normas.

- d) El Comité de Interpretaciones, compuesto por doce miembros, que tienen la misión de estudiar los problemas que surjan al aplicar las normas, con el fin de realizar la exégesis de las mismas en situaciones concretas.
- e) Los Grupos de Trabajo, constituidos por diferentes expertos interesados en la elaboración de documentos de discusión y proyectos de normas, siguiendo la agenda previamente acordada por el Consejo, que es, en todo caso, el órgano encargado de la aprobación de todos los documentos y pronunciamientos oficiales del IASB.

El IASB, que actúa de forma coordinada con los organismos emisores más importantes del mundo, donde se incluye la Comisión de la Unión Europea, goza de una posición especial para su implicación en el desarrollo e implantación de las normas internacionales; para ello, tiene aprobado un procedimiento formal de elaboración, discusión y aprobación de normas e interpretaciones que garantiza la participación de todas las partes interesadas, y va desde la publicación de documentos de discusión y borradores de normas, para recibir comentarios, hasta la celebración de reuniones periódicas con los organismos contables normalizadores de los distintos países interesados en la evolución de la normativa internacional.

Los objetivos del IASB establecidos en su constitución, son los siguientes:

- a) Desarrollar, para el interés público, un conjunto de normas generales de contabilidad comprensibles y aplicables, que permitan exigir una alta calidad, transparencia y comparabilidad dentro de la información contenida en los Estados Financieros y otra información a

suministrar, que ayude a los partícipes en los mercados financieros mundiales, así como a otros usuarios, en la toma de decisiones económicas.

- b) Promover el uso y aplicación rigurosa de dichas normas.
- c) Conseguir la convergencia entre las normas contables de ámbito nacional y las Normas Internacionales de Contabilidad, en soluciones de elevada calidad técnica.

3. Las Normas Internacionales de Contabilidad

En el Diario Oficial de la Unión Europea, de fecha 13 de octubre de 2003, se ha publicado el Reglamento (CE) 1725/2003, de 29 de septiembre, por el que se adoptan determinadas Normas Internacionales de Contabilidad, de conformidad con el Reglamento (CE) 1606/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de julio de 2002, relativo a la aplicación de las Normas Internacionales.

En dicho Reglamento 1725 se especifica que deberán adoptarse todas las normas existentes al 14 de septiembre de 2002, a excepción de la NIC 32, que hace referencia a los instrumentos financieros: presentación e información a incluir en los Estados Financieros, la NIC 39, instrumentos financieros: reconocimiento y medición y, las interpretaciones relacionadas con ellas. Se desaconseja dicha adopción porque en la actualidad se está estudiando modificaciones para su mejora; no obstante, tan pronto como se publiquen las normas revisadas, la Comisión estudiará la adopción de dichas normas.

Como consecuencia de la aprobación de las anteriores NIC, también se aprueban las Standing Interpretations Committee (en adelante, SIC) que son interpretaciones y aclaraciones realizadas por el Comité Permanente de Interpretación en los temas contables, relacionados con las NIC, donde haya surgido controversia.

4. Principales cambios que supone la aplicación de las NIC

En el epígrafe se va a desarrollar las principales diferencias existentes entre el sistema contable que se viene aplicando ahora y el que sería, de aplicarse de forma generalizada las NIC.

4.1. El Marco Conceptual de los Estados Financieros

La normalización española se basó inicialmente en la codificación de principios contables a partir de la práctica habitual de las empresas, de la influencia fiscal y de los resultados de una planificación que comenzó en el año 1973 y mejoró notablemente a partir de la adaptación a las directivas comunitarias sobre contabilidad de las sociedades. La aplicación de las mismas dio lugar al Plan General de Contabilidad (en adelante, PGC) de 1990, actualmente en vigor.

Las NIC se basan en un planteamiento menos inductivo y más hipotético-deductivo que el PGC. Han dado lugar a una "Constitución" donde se plasman los objetivos, valores y elementos informativos que deben estar presentes en la información contable de las empresas. Es el Marco Conceptual, cuyo resumen se aborda a continuación, el que ilumina la elaboración de normas concretas, aunque no tiene en sí el mismo valor normativo.

La misión fundamental del Marco Conceptual es explicar el objetivo de la información financiera empresarial, qué características cualitativas determinan su utilidad, a qué hipótesis fundamentales responde, cuáles son y qué definición tienen los elementos de los Estados Financieros, qué reglas se utilizan para el reconocimiento y la valoración de los mismos y cuáles deben ser los principios utilizados para el mantenimiento del capital en las empresas

El objetivo de la información financiera, que se compone de Estados Financieros principales,

notas y cuadros complementarios, es suministrar información acerca de la situación financiera, los resultados y los flujos de efectivo de las empresas. Esta información tiene, como condiciones básicas, que se emite regularmente por imperativo legal y tiene un carácter predominantemente financiero.

Se pretende que tal información, además de recoger la rendición de cuentas por parte de la gerencia, sea útil a una amplia gama de usuarios al tomar sus decisiones económicas. Entre tales usuarios se encuentran: inversores presentes y potenciales, empleados, prestamistas, acreedores, clientes, organismos públicos, etc.

Las características cualitativas de la información financiera son la comprensibilidad, la relevancia, la fiabilidad y la comparabilidad. Un determinado elemento informativo es relevante cuando ejerce influencia sobre las decisiones de los usuarios, ayudándoles a evaluar sucesos pasados, presentes o futuros, o bien a confirmar o corregir evaluaciones pasadas.

Algunos principios contables generalmente aceptados, como la importancia relativa, están relacionados con la relevancia, mientras que otros, como el de predominio del fondo sobre la forma, o la prudencia, están relacionados con la fiabilidad.

Las hipótesis fundamentales que sirven para la confección de los Estados Financieros principales son las de devengo y de empresa en funcionamiento.

Los elementos de los Estados Financieros son la base que sirve para la confección de los Estados. Los que constituyen la situación financiero-económica son los activos y pasivos, mientras que los ingresos y los gastos son los que forman el resultado. Por su parte, los cobros y pagos están representados por los que reflejan los flujos de fondos.

El reconocimiento o incorporación a los Estados Financieros de los elementos, se produce cuando cumplen las condiciones de ser activos o

pasivos, y además la entidad puede medirlos o valorarlos, utilizando los criterios de valoración que resulten más útiles para la toma de decisiones (coste histórico, coste de reposición, valor neto de realización o valor actual neto, según los casos). Los gastos y los ingresos no tienen una medición independiente, ya que surgen simultáneamente con la aparición de los activos y pasivos o con las variaciones de los valores de éstos.

El desarrollo de los mercados de bienes, de servicios o de instrumentos financieros ha hecho que las normas contables utilicen, cada vez más frecuentemente, una forma de valoración que se deriva de las anteriores: el valor razonable, concebido como el precio que se pagaría por un activo o el importe por el que se cancelaría un pasivo, en una transacción realizada entre partes interesadas, conocedoras e independientes. Cuando existe o se puede determinar de forma precisa, el valor razonable será una referencia obligada para la información financiera.

Por último, la entidad puede utilizar diferentes concepciones acerca del mantenimiento del capital. Lo más habitual es que utilice un concepto financiero, y que, para determinar el resultado conseguido, tienda a preservar el poder adquisitivo del capital inicial, lo que se puede conseguir utilizando ajustes en función del índice general de precios para los fondos propios aportados por los propietarios. No obstante esta práctica puede no resultar justificable cuando la inflación es pequeña o moderada, pero se hace preceptiva en presencia de una situación hiperinflacionista.

Alternativamente, se puede utilizar un concepto físico del capital, de manera que la entidad obtiene ganancias sólo cuando ha retenido de los ingresos los importes necesarios para preservar su capacidad productiva. Este concepto de mantenimiento de capital, que puede ser importante en ciertos sectores empresariales (por ejemplo, en los servicios públicos regulados), está en desuso actualmente.

4.2. Elementos de los Estados Financieros: Reconocimiento y Valoración

Las definiciones de activo y pasivo en el Marco Conceptual son las siguientes:

- Activo: recurso controlado por la entidad, como consecuencia de sucesos pasados, del que la empresa espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.
- Pasivo: obligación presente de la empresa, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual y para cancelarla, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos.
- Patrimonio neto o fondos propios: parte residual de los activos de la empresa, una vez deducidos los pasivos.

Según estas definiciones, que muestran condiciones muy estrictas para la identificación de los elementos que componen el balance de situación, no podrían ser calificados como activos una máquina inútil ni los gastos de constitución y primer establecimiento de la empresa. Por el contrario, un activo en régimen de arrendamiento financiero cumple, por lo general, las condiciones impuestas para su clasificación como activo.

Los pasivos identificados en la entidad deben cumplir las condiciones de la definición, y todas las obligaciones que la cumplan deben reflejarse como pasivos. Así, los fondos de pensiones u obligaciones similares con los trabajadores constituyen un pasivo, mientras que una provisión para pérdidas futuras o para reparar un daño todavía no causado, no podría ser nunca un pasivo.

Los activos netos (activos menos pasivos) son el patrimonio neto o fondos propios de la entidad y representan los intereses de los propietarios en la misma. No puede haber activos ni pasivos con los propietarios en su condición de tales.

Las definiciones de gastos e ingresos del

Marco Conceptual son las que se recogen a continuación:

- Ingresos: incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo de un período contable, en forma de entrada o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto, y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a ese patrimonio.
- Gastos: decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del período contable, en forma de salidas o disminuciones de valor de los activos, o bien como surgimiento de pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio neto, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios.

No hay, a tenor de las definiciones, una identificación autónoma del ingreso ni del gasto, por lo que se deben localizar o valorar atendiendo al nacimiento o cambio de valor de los activos y pasivos. De esta forma, se producen gastos por depreciación de los activos o por nacimiento de pasivos, mientras que se producen ingresos por revalorización de los activos, en el caso de aplicarse el valor razonable, o por decremento de valor de los pasivos.

Por ejemplo, una venta de existencias da lugar a sendas partidas de gasto e ingreso. El ingreso vendrá dado por la aparición de un saldo de clientes, mientras que el gasto quedará identificado por el valor de los inventarios dados de baja por haber sido cedidos a un tercero. También hay muchos gastos que aparecen sin relación alguna con ingresos (una pérdida por incendio), al igual que ingresos sin relación alguna con gastos (la revalorización de la cartera de inversiones financieras mantenida para negociación)

Los flujos de fondos en la empresa vienen definidos por los movimientos de la posición de

efectivo (que incluye la tesorería y otros equivalentes líquidos como inversiones muy líquidas o préstamos a muy corto plazo), de manera que los aumentos de los saldos de efectivo son cobros o entradas, mientras que las disminuciones de tales saldos son pagos o salidas de efectivo.

El reconocimiento de los anteriores elementos de los Estados Financieros, esto es, su incorporación a los mismos, requiere dos condiciones:

- Que sea probable, de tal forma que cualquier beneficio económico asociado con la partida llegue o salga de la empresa, y
- Que la partida tenga un coste o valor, el cual pueda ser medido con fiabilidad.

Cuando no se pueda reconocer un activo o pasivo, un gasto o un ingreso, por ejemplo, porque la posibilidad de obtener los beneficios derivados es sólo posible (no probable) o porque es imposible valorar la partida, cabe la posibilidad de informar sobre ello en notas a los Estados Financieros. Informar por este medio no tiene la misma validez que reconocer el elemento, y es un sustitutivo de peor calidad, que viene obligado por razones de imposibilidad impuesta por las normas.

4.3. Los Estados Financieros Principales y las Notas

Los usuarios satisfacen sus necesidades de información de muchas formas: con Estados Financieros, estadísticas, informes, memorias, etc. No obstante, la más común de todas esas fuentes son los Estados, que las entidades publican con propósitos de información general, y constituyen una representación financiera estructurada de la situación económico-financiera y las transacciones llevadas a cabo por la entidad, a través de los elementos que los componen.

Un conjunto completo de Estados Financieros, según las NIC, incluye los siguientes componentes:

- Estados Financieros principales: Balance de situación, Estado de resultados, Estado de flujo de efectivo y Estado de cambios en el patrimonio neto.
- Un conjunto de notas con las políticas contables utilizadas y además explicativas, en las que se incluirán cuadros, así como detalles de las partidas presentadas en los Estados principales.

Es aconsejable que la empresa presente, además, un informe de gestión, confeccionado por sus administradores, que describa y explique la actividad llevada a cabo por la entidad, así como su posición financiera y las principales incertidumbres a las que se enfrenta en su devenir económico.

Las NIC no imponen ningún formato para los Estados Financieros principales, aunque en alguna de ellas se incluyen sugerencias de presentación. Esta ausencia puede resultar chocante por el contraste que supone con las rígidas normas de presentación del PGC español.

En efecto, las normas internacionales muestran la información a revelar en general, y en muy pocas ocasiones disponen que los valores de algunas partidas deban aparecer, de forma obligada, en el cuerpo principal de los Estados Financieros. Esto da una gran libertad a la empresa que las utiliza para planificar la apariencia externa de los Estados Financieros, y puede reducir la comparabilidad entre empresas.

No obstante, el problema de la comparabilidad se ha resuelto con un contenido mínimo del: Balance de situación, Estado de resultados y Estado de flujos de efectivo. Las empresas pueden seguir esos formatos mínimos, e incluir información de desglose en las notas, en forma de cuadros complementarios.

En lo que se refiere al Balance de situación, no es obligatoria la separación de las partidas entre circulante y no circulante, aunque es la práctica

común de las empresas. No obstante cuando una partida, esté compuesta por una parte que se espere cobrar o pagar antes de 12 meses, se deberá revelar obligatoriamente el importe de cada una de ellas.

En el Estado de resultados, puede utilizarse un formato horizontal (cuenta) o vertical (Estado) y, por otra parte, cabe clasificar los gastos de explotación por su naturaleza, como en el PGC (consumos, personal, amortizaciones, etc.) o bien por la función que cumplen dentro del proceso de la explotación (coste de ventas, gastos de distribución, gastos de administración, etc.), si bien en este caso es preceptivo revelar por separado el total de gastos de personal y los de depreciación y amortización.

La información sobre flujos de efectivo clasifica las transacciones líquidas en actividades de: explotación u operación, inversión y financiación, de forma que el lector puede observar los equilibrios que se dan entre ellas: por ejemplo, una empresa sana que invierte y, a la vez, reduce su endeudamiento, tendrá superávit en las actividades de operación mientras que déficit en las de inversión (por el importe de la misma) y financiación (por los dividendos y la reducción del endeudamiento).

El cuarto Estado Financiero principal, con la denominación de Estado de cambios en el patrimonio neto, puede ser presentado de dos formas, a elección de la entidad: un cuadro de doble entrada, que contenga en las columnas las principales partidas que componen los fondos propios y en las filas las operaciones que han afectado a las mismas; o bien, uno donde se muestre únicamente los hechos económicos que han inducido cambios de valor en los activos y pasivos que se han contabilizado directamente en los fondos propios, sin pasar por el Estado de resultados (revalorizaciones, cambios de criterios contables, diferencias de conversión, etc.).

La información a revelar en notas es muy

abundante y viene regulada, en los aspectos relevantes de la actividad, por la norma correspondiente. Entre las principales diferencias, en cuanto a la revelación de información, con respecto al PGC, se encuentran las siguientes:

- Transacciones con partes vinculadas (dependientes, asociadas, accionistas importantes, administradores, clientes que representen una porción alta de la facturación, etc.)
- Explotaciones en interrupción definitiva (operaciones en discontinuación), separando tanto los activos como los pasivos procedentes de las mismas.
- Empresas adquiridas o controladas en el período (combinaciones de empresas), con el tratamiento que se da al fondo de comercio o plusvalía de la adquisición.
- Planes de compensación de acciones para los empleados, con los valores razonables de los instrumentos emitidos que estén en poder de los mismos.
- Valor razonable de todos los instrumentos financieros, estén o no reconocidos en el balance, así como la exposición que la empresa tiene a los riesgos financieros, incluyendo su política respecto a la cobertura de los mismos.
- Pérdidas por el deterioro de valor de los activos tangibles e intangibles, reconocidas o revertidas en el período, así como los criterios utilizados para identificar las unidades generadoras de efectivo a efectos de los cálculos.
- Criterios para distinguir las propiedades ocupadas por la entidad y las de inversión inmobiliaria, junto con el valor razonable de éstas y la forma de determinarlo.

Las entidades que presenten su información financiera cumpliendo las NIC, pueden insertar una declaración donde se deje constancia de este

hecho, lo que implicará, necesariamente, que cumplen con todas las normas e interpretaciones que tengan vigencia a la fecha de confeccionar el balance.

4.4. Aplicación del Valor Razonable

Una de las diferencias más destacadas de las NIC respecto al PGC es la utilización, para algunas partidas, ya sea de forma obligatoria o voluntaria, del denominado Valor Razonable, que se define como el importe por el cual dos partes interesadas, debidamente informadas e independientes, intercambian un activo o bien, cancelan un pasivo.

Según el Marco Conceptual, ninguno de los criterios valorativos tradicionalmente utilizados en la información contable (coste histórico, valor actual neto), aplicado a todos los elementos de los Estados Financieros, satisface plenamente las necesidades de los usuarios, de manera que es preciso escoger el que sea, en cada caso, más relevante y fiable.

La aparición del valor razonable (valor parecido al coste de reposición y al valor neto realizable), es un tipo de valor basado en las condiciones presentes de las partidas, que tiene mucha relación con la disponibilidad de mercados organizados para ciertos bienes, derechos o instrumentos financieros, donde se marcan de manera casi continua precios públicos, que todos los interesados conocen.

Si los mercados funcionan bien y marcan precios sin sesgo, la información sobre las cotizaciones de los elementos intercambiables en ellos, son muy relevantes para la toma de decisiones, mucho más que el coste histórico. Por otra parte, si los mercados con activos no comportan muchos costes de operación (intermediarios, impuestos, etc.), el valor razonable, el coste de reposición (precio del comprador) y el valor neto realizable (precio del vendedor), estarán muy próximos.

Cuando no hay un mercado activo, puede obtenerse el valor razonable recurriendo a tran-

sacciones sobre elementos que tengan características similares (es el caso de los inmuebles situados en el mismo barrio o calle), o bien simulando el comportamiento del mercado a través de modelos de valoración (por ejemplo, se puede saber el precio que alcanzaría un instrumento de deuda pública a un determinado plazo, utilizando el tipo de interés que representa el rendimiento de otros instrumentos emitidos que venzan en las fechas próximas).

Las NIC incluyen, por motivos de utilidad, el valor razonable en la medición de ciertas partidas del balance, lo que implica también que la información debe revisarse cada vez que se presentan los Estados, puesto que los incrementos del valor razonable de un activo son ingresos (ganancias), mientras que los decrementos son gastos (pérdidas).

El valor razonable se debe utilizar obligatoriamente en todos los instrumentos financieros que la empresa posea, salvo que sean préstamos o partidas a cobrar originados por ella (por ejemplo, no se utiliza en las partidas de clientes) o bien sean instrumentos de deuda mantenidos hasta el vencimiento. No obstante, los cambios de valor de los instrumentos financieros se tratan de diferente forma, en función de la intención que la empresa tenga respecto a los mismos. Así:

- Si los instrumentos se mantienen para negociar continuamente con ellos, los cambios en el valor razonable son componentes del resultado neto, mientras que,
- si solamente están disponibles para la venta, los cambios se pueden llevar a resultado neto o a una partida de fondos propios, que se convertirá en resultado en el momento de la enajenación.

El valor razonable también se utilizará, de forma obligatoria, en la valoración de los productos agrícolas (trigo, maíz, patatas, etc.) y los activos biológicos (bosques, cabañas ganaderas, etc.).

Los cambios en el valor razonable de estas partidas se consideran en todos los casos componentes del resultado neto del período.

Por otra parte, el valor razonable puede utilizarse de manera voluntaria, en determinados activos, como son:

- Los elementos del inmovilizado material, siempre que se pueda determinar el valor razonable de manera periódica, en cuyo caso la amortización se calculará sobre los nuevos valores, y los incrementos de valor por encima del coste histórico amortizado se llevarán a una cuenta de fondos propios, mientras que las disminuciones se consideran resultados negativos.
- Los elementos de inmovilizado inmaterial, cuya contabilización es similar al caso de los activos materiales, si bien es difícil encontrar mercados activos para la gran mayoría de los activos intangibles.
- Las propiedades inmobiliarias, en cuyo caso los cambios de valor se llevan a los resultados netos y la revisión de valor se debe hacer en cada fecha de balance.

Aunque las empresas tienen la posibilidad de utilizar voluntariamente el valor razonable, es necesario considerar los costes que supone tener que revisar continuamente el valor (por ejemplo los costes de tasaciones de los inmuebles), así como la tradición del país en cuestión.

Por otra parte, la adopción de un modelo de valor razonable puede hacer que los resultados netos varíen por causas que quedan fuera del control de la empresa, por lo que se vuelven "volátiles", razón por la cual no es de esperar que haya una propensión muy marcada a utilizar este criterio valorativo a ultranza.

Por último, las revisiones del valor de los elementos llevados a valor razonable, deben hacerse en cada fecha del balance, salvo en el

caso del inmovilizado material y los activos inmateriales, que se harán regularmente. Los elementos deben ser depreciados y amortizados a partir de los valores revisados, en cada fecha de balance entre dos revalorizaciones.

4.5. El Concepto de Activo: los Deterioros del Valor

El reconocimiento de un activo adquirido por la empresa, en el balance, está sujeto al cumplimiento estricto de las condiciones que se exigen para todos los activos, esto es, control del mismo a raíz de sucesos pasados y probabilidad de obtener beneficios futuros. Los desembolsos correspondientes a los elementos que no cumplan estas condiciones, deben ser considerados como gastos del período. Por ejemplo, se supone que los gastos de investigación de un producto no cumplen con una de las condiciones exigidas a los activos y, por tanto, siempre son gastos.

Por el contrario, unos elementos que cumplan las condiciones exigidas para ser activos no pueden llevarse directamente a resultados, sino que deben ser capitalizados o amortizados, según el caso. Por ejemplo, si los gastos de desarrollo de un producto cumplen las condiciones exigidas a los activos, deben considerarse activos inmateriales y amortizarse de forma sistemática.

El valor atribuido a un activo en el momento de su adquisición es igual al coste histórico, es decir, a los desembolsos efectuados para la compra y, si se ha pactado un pago diferido, el valor actual neto de los desembolsos a efectuar. En el caso de producción del elemento, se estará al coste del mismo. Esta práctica no supone gran cambio con respecto a normas de PGC español.

No obstante, hay ocasiones en que la valoración de la adquisición se debe hacer al valor razonable del elemento comprado, como sucede en los casos de permuta o de compra de la totalidad de una empresa. En concreto:

- Si la adquisición se ha hecho mediante permuta por otro elemento diferente, el coste de adquisición es el valor razonable del elemento adquirido, y, por tanto, puede haber resultados, positivos o negativos, en la operación.
- Si se ha comprado una empresa (o se ha tomado el control de la misma), los activos y pasivos identificables se valoran al valor razonable, y si hubiera alguna diferencia con el precio pagado, se considera fondo de comercio.

La valoración posterior a la compra puede ser, según los casos, por el coste histórico (debidamente amortizado en su caso) o por el valor razonable. Como sucede en el PGC, ningún activo puede valorarse por encima del valor recuperable del mismo.

En las NIC hay desarrollado un procedimiento muy minucioso para la comprobación del valor recuperable de los activos, haciendo especial hincapié en los activos fijos materiales e inmateriales ligados a la producción, de forma que cuando el valor recuperable caiga por debajo del valor contable, la empresa cargará a resultados la diferencia.

Se trata del test de deterioro de valor, que la entidad debe desplegar en cuanto observe algún indicio de envejecimiento del valor de los activos, ya sea por causas internas propias de la actividad (por ejemplo, bajo rendimiento u obsolescencia) o externas (por ejemplo, disminuciones de valor de mercado, cambios adversos del entorno o del mercado del producto). En la mayoría de las ocasiones, este test no podrá hacerse por elementos individualizados, sino por conjunto de ellos que, por servir a un mercado, pueden considerarse como unidades generadoras de efectivo (en adelante UGE) independientes.

Al aparecer indicios, la empresa debe determinar el valor recuperable del activo o de la UGE (que

será el mayor entre el valor de uso y el valor de venta neto) y rebajar el valor del elemento a conjunto de ellos, si el valor en libros fuera mayor. A partir de ese momento, las cuotas de amortización deben ser recalculadas.

El valor de uso de un elemento o UGE es el valor actual de los flujos de efectivo esperados en la explotación del mismo, descontados a una tasa que refleje el valor temporal del dinero o los riesgos específicos del activo. Cuando se rebaje el valor de una UGE, se da de baja primero al fondo de comercio asociado a ella, y luego se prorroga el importe restante entre los elementos materiales e inmateriales que la componen.

Cabe la posibilidad de que revierta el deterioro de valor, en cuyo caso se procede en sentido contrario, pero no se puede reponer el valor del fondo de comercio asociado a la UGE, salvo en el caso de que haya desaparecido la causa que produjo el deterioro inicial. Si se repone en las cuentas el deterioro, en ningún caso se puede superar el valor que los elementos tendrían de haberse seguido amortizando según el plan original establecido antes del deterioro.

En el caso de las existencias, las NIC prohíben la utilización del criterio LIFO (*Last In - First Out*) en la valoración de los inventarios y, por otra parte, si las condiciones de pago difieren de las normales de la compra a crédito, los flujos previstos deben ser descontados y la diferencia se considera como un gasto financiero a repartir en el período que cubra el aplazamiento.

4.6. El Concepto de Pasivo: Las Provisiones

El reconocimiento de pasivos por parte de la empresa, está sometido al cumplimiento estricto de las condiciones establecidas en la definición: deben tratarse de unas obligaciones actuales, procedentes de sucesos pasados que la entidad espera cancelar mediante la entrega de recursos que impliquen beneficios económicos.

Es importante señalar en esta definición, tanto el carácter actual de la obligación, lo que quiere decir que la empresa ya ha incurrido en ella y ha de satisfacerla en algún momento, como la voluntad efectiva de cancelarla mediante la entrega de activos. Siempre que la salida de recursos para la cancelación se vaya a producir de forma diferida en el tiempo, la valoración de la obligación será el valor actual neto de la misma, utilizando las tasas de interés que correspondan a las condiciones en las que se financia la empresa.

Para reconocer un elemento de pasivo, como en el caso de los activos, es preciso que la entidad pueda evaluar de forma fiable el importe del mismo. En caso de no poder identificar un pasivo o no poder medirlo fiablemente, se estará en presencia de una contingencia, de la cual se dará información en las notas.

Además de lo anterior, es preciso identificar de forma clara al titular o titulares del derecho correspondiente, que por lo general serán siempre conscientes de su situación, ya que de lo contrario no se darán las condiciones exigidas en la definición. Por esta razón, una provisión genérica para pérdidas o gastos futuros, o para litigios que pudieran surgir, no cumple los requisitos de la definición de pasivo. Por el contrario, la provisión para garantías de productos o una provisión para hacer frente a las indemnizaciones derivadas de una demanda judicial probable, son casos de pasivos que se deben reconocer.

La gran mayoría de los pasivos reconocidos en el PGC son pasivos también en las NIC. No obstante, pueden surgir problemas en determinadas provisiones para riesgos y gastos, cuyo reconocimiento según la norma española no es tan exigente como en la norma internacional. A continuación se comentan, como ejemplos, los casos de las provisiones por reestructuración y de las provisiones para reparaciones.

Las provisiones por reestructuración de la empresa (ventas o abandono de líneas de activi-

dad, cambios en la gerencia o la propiedad, reorganizaciones importantes, etc.) sólo cumplen la definición de pasivo cuando corresponden a un plan formal y detallado aprobado por la gerencia de la empresa, que ha producido una expectativa válida entre los afectados (clientes, empleados, etc.), ya sea por haberse comenzado a implantar o por haber anunciado sus principales características. Mientras el plan se está gestando, o sólo es un proyecto de la dirección de la empresa, no se cumple la condición de existir una obligación actual.

Las provisiones para reparaciones o inspecciones importantes de elementos de inmovilizado (instalaciones complejas, buques, aeronaves, etc.) no originan pasivos hasta que no se lleven a cabo, y el que las realiza tiene derecho a cobrar sus servicios. Dotarlas por anticipado, aunque sea una práctica válida para efectos fiscales, no genera pasivos ni gastos a efectos de las NIC. Lo habitual, por tanto, será realizar la reparación, calificar los desembolsos como gastos o como activos y, en el caso de estos últimos, amortizarlos en un período muy corto de tiempo.

Para finalizar con este apartado, se debe hacer notar que en las NIC se utiliza el término *provisión* para referirse exclusivamente a elementos de pasivo. Las rebajas de valor de los activos cuando no se puede recuperar el valor contable, reciben el nombre de *correcciones* o *deterioros de valor*, pero no se denominan provisiones. Esta postura terminológica también ha sido adoptada por la Unión Europea en la directiva 2003/51/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2003.

4.7. El Patrimonio como Activo Neto

Desde el punto de vista legal, en España, el patrimonio neto es objeto de definición y medidas de protección que tienen por objeto, normalmente, la protección de los intereses de los propietarios y de los terceros. Por ejemplo, hay normas legales

que obligan a dotar la reserva legal y a no repartir dividendos si, tras la distribución, el patrimonio neto queda por debajo del capital social desembolsado. No obstante, desde el punto de vista de las NIC, el patrimonio sólo es la diferencia entre los activos y los pasivos reconocidos en el balance de situación, por lo que no es elemento autónomo del balance. Así, si aumenta el valor de un activo o disminuye el valor de un pasivo, se incrementará el valor del patrimonio de forma automática.

Esta forma de concebir el patrimonio neto obliga a considerar las transacciones, hechas por los propietarios de la entidad en su cualidad de accionistas, partícipes o poseedores de la titularidad de la misma, exclusivamente como componentes positivos o negativos de los fondos propios. Así, los compromisos de aportación de capital no pueden formar parte del patrimonio hasta que se realicen efectivamente, de la misma forma que las distribuciones de dividendos dejan de ser patrimonio en cuanto son exigibles por los titulares de las acciones.

La razón más profunda de esta concepción, radica en la necesidad de cuantificar constantemente el montante del capital confiado, de forma colectiva, a la empresa por sus propietarios, que puede proceder de sus aportaciones iniciales o posteriores, de las ganancias acumuladas o de las plusvalías y minusvalías que no se hayan considerado realizadas todavía. Las distribuciones de dividendos, disminuciones de capital o compra de acciones propias reducen, indefectiblemente, el montante del patrimonio.

Por ello, en un balance redactado según NIC, no figuran en el activo ni saldos de accionistas por capitales pendientes de desembolso, ni saldos de acciones propias; aunque dentro de las cuentas que constituyen el patrimonio neto pueden establecerse los detalles que permitan al usuario estar informado de la existencia y cuantía de estas situaciones, mediante partidas correctoras.

Si la empresa emite instrumentos financieros

relacionados con el patrimonio neto (por ejemplo, opciones sobre acciones), el importe recibido debe considerarse como patrimonio neto, ya que es una parte de la aportación del eventual futuro propietario.

Otro problema importante, por la diferencia que supone con el PGC, es la necesidad de separar los componentes del patrimonio neto y de pasivo en los instrumentos financieros compuestos, que tiene una parte asimilada a un pasivo y otra asimilada a un componente del patrimonio. Si la entidad emite, por ejemplo, obligaciones convertibles, debe separarse el valor de los dos instrumentos financieros que lo componen (las obligaciones simples y las opciones para comprar acciones al vencimiento). Una vez valorados por separado, se debe reconocer en la clasificación que corresponda a lo largo de toda la vida de la emisión.

En las NIC no existe la categoría de ingresos diferidos, que es habitual en el PGC, salvo para tratar las subvenciones de capital que pueden considerarse como tales o como cuentas correctoras para imputar a resultados de las inversiones que ayudan a financiar.

Las demás categorías de ingresos diferidos no existen como tales, sino que se consideran ingresos corrientes (es el caso de las diferencias positivas de cambio) o bien, cuentas correctoras de las partidas a las que vienen referidas (los intereses a distribuir en varios ejercicios). Este es el caso de los gastos financieros diferidos: se restan de las partidas monetarias respectivas y de esta manera tienen un valor equivalente al precio neto de adquisición más los intereses acumulados hasta la fecha del balance.

4.8. Contabilización de los Instrumentos Financieros

La valoración y contabilización de los instrumentos financieros es la diferencia más notable entre el PGC y las NIC, puesto que las Normas

Internacionales han impuesto el reflejo de todos los instrumentos financieros, incluyendo los derivados, según el valor razonable, salvo algunas excepciones.

Los instrumentos financieros (acciones, obligaciones, dinero, préstamos, cuentas a cobrar, opciones, etc.) son contratos que dan lugar a un activo financiero, para una de las partes, y un pasivo financiero o un instrumento de capital, para la otra. Los activos financieros pueden tomar la forma de efectivo, o derechos a recibir efectivo u otro activo financiero o bien, dan el derecho de intercambiar instrumentos financieros en condiciones favorables para la entidad.

Los activos financieros que se generan por la empresa o se adquieren con el propósito de conservarlos hasta el vencimiento, se valoran al coste amortizado, esto es, al coste histórico más los intereses acumulados hasta la fecha del balance, que se cobrarán en el momento del vencimiento. Los cambios en el coste amortizado son ingresos del período. Por otra parte, como son derechos de cobro, hay que considerar los posibles deterioros de valor, en el caso de que el valor contable a coste amortizado no sea recuperable.

Los activos financieros para vender se valoran al coste histórico, pero posteriormente se llevan por el valor razonable, puesto que es el dato relevante para tomar decisiones sobre cuándo enajenarlos.

No obstante, cabe distinguir entre los que son objeto de compra y venta continuas (para negociar), cuyos cambios de valor se llevan a los resultados del período como si ya estuviesen realizados, y los que se poseen para su eventual venta cuando llegue la ocasión (disponibles para la venta), cuyos cambios de valor no importa que sean plusvalías o minusvalías, se pueden llevar a una cuenta del patrimonio neto, cuyo saldo se imputará a resultados cuando se vendan los instrumentos financieros.

Los instrumentos financieros derivados, que

son contratos cuyo precio de referencia cambia de valor en respuesta a cambios en variables económicas predeterminadas (subyacentes), requieren una inversión muy pequeña o nula y contemplan una fecha de liquidación, se consideran siempre activos o pasivos para negociar, y se llevan por tanto al valor razonable, imputando al resultado del período los cambios de valoración.

Cuando la entidad utiliza los derivados para operaciones de cobertura, ya sea con el fin de compensar los cambios de valor razonable de ciertas partidas o en el importe de los flujos de efectivo de transacciones futuras esperadas, los cambios que experimente el valor de estos instrumentos de cobertura, no tienen incidencia en los resultados (caso de coberturas de flujos de efectivo) o bien la incidencia se manifiesta en gastos e ingresos de valor igual o muy similar (caso de coberturas del valor razonable).

Las inversiones en empresas del grupo o asociadas no se rigen por las reglas de los instrumentos financieros, ya que pueden contabilizarse al coste o al valor equivalente (método de puesta en equivalencia), incorporando la parte proporcional de los resultados de la empresa participada. Si la inversora lo desea, también puede considerarlos instrumentos disponibles para la venta.

La información contable sobre instrumentos financieros, en los Estados preparados por las empresas según las NIC, es más rica y más compleja que la ofrecida por el PGC, pero también suministra elementos interesantes para juzgar la rentabilidad de la cartera de inversiones, al poner de manifiesto no sólo las rentas periódicas, sino también los cambios experimentados en el valor de las partidas, ya sean plusvalías o minusvalías.

Como punto débil de esta forma de entender la contabilización, es preciso destacar el hecho de que se basa en clasificaciones realizadas por la propia empresa, lo que implica la necesidad de coherencia del comportamiento con la clasificación hecha *a priori*, ya que, de lo contrario, la

información sobre los instrumentos financieros perderá buena parte de su validez. Para conservar esta finalidad, las obligaciones de información de la empresa en cuando al tratamiento de las partidas son muy complejas, y la clasificación de las mismas está permitida siempre que las partidas de destino se lleven al valor razonable.

Por el momento, la Comisión Europea no ha convalidado, como normativa aplicable a las sociedades europeas cotizadas en bolsa, las Normas Internacionales de Contabilidad que se ocupan del tratamiento contable de los instrumentos financieros. No obstante, se puede esperar que lo haga en los próximos meses, cuando el IASB termine los proyectos de modificación en marcha, de manera que puedan ser plenamente aplicables a las cuentas consolidadas cerradas en 2005.

4.9. Información adicional a revelar por empresas cotizadas en bolsa

Las NIC están diseñadas pensando en empresas grandes, con relevancia en el entorno económico y proyección internacional. No obstante, muchos países han adoptado las Normas Internacionales para ser aplicadas por sus empresas, con independencia del tamaño o la relevancia.

Para establecer alguna distinción en razón de la importancia de la empresa en el entorno económico en el que se mueve, hay algunas normas que son particularmente aplicables a empresas cotizadas en bolsa, porque aportan información especialmente útil para los inversores. Es el caso de las que tratan de la presentación de información por segmentos y de las ganancias por acción.

La información segmentada es necesaria para entender, de forma separada, los componentes de la situación financiera, los resultados y los flujos de efectivo de empresas complejas, que desarrollan actividades diferentes u operan en mercados geográficos muy diferenciados. Esta es la situación normal de los grupos que presentan cuentas consolidadas.

En la normativa IASB, la empresa debe definir: qué criterio de segmentación principal utilizar para su gestión (por actividades o por mercados), y dar información detallada de los activos, pasivos, gastos e ingresos de cada segmento, así como las bases para la fijación de precios inter-segmentos.

Además de desglosar información sobre los segmentos, en el formato principal, las empresas deben informar acerca de los segmentos, utilizando el formato secundario (si, por ejemplo, el principal son las actividades, el secundario serán los mercados geográficos). Esta información es menos detallada, pues basta con revelar los ingresos, el importe en libros de los activos y las inversiones en el período, referidos a cada uno de los segmentos.

El objetivo que se persigue con el detalle que aporta la segmentación, es informar al usuario de los Estados Financieros de las cifras más importantes de la empresa, desglosadas por los componentes más relevantes del negocio, a fin de que pueda percibir cómo se generan los ingresos, los gastos y los resultados, para que pueda comprender los riesgos que tienen y su papel en la configuración de las cifras generales que los conforman. Con ello no sólo comprenderá mejor la gestación de las cifras, sino que podrá proyectarla para evaluar la capacidad y el rendimiento futuro de la entidad.

El otro tipo de información exigible, principalmente a las empresas cotizadas en bolsa, es el referido a las ganancias por acción. Información que se inserta al final del Estado de resultados para mostrar al usuario la capacidad de los títulos de la empresa con cotización en el mercado, para generar resultados.

Las ganancias por acción se presentan en dos modalidades diferentes: básica y diluida, para reflejar el posible efecto que tendría la conversión en acciones de los títulos que la entidad tiene en circulación (acciones ordinarias potenciales), que son transformables en acciones a voluntad del

tenedor (opciones sobre acciones, certificados de opción -warrants- u obligaciones convertibles).

Las ganancias por acción básicas surgen de dividir el resultado neto entre el número de acciones ordinarias actuales. Como las acciones ordinarias potenciales pueden, al ser emitidas, disminuir la ratio de ganancias por acción básicas, se calcula también una versión diluida, de la siguiente manera:

- En el numerador, se incluyen tanto los resultados netos disponibles para las acciones ordinarias actuales, como los gastos de la entidad para remunerar a las acciones ordinarias potenciales netos de impuestos y,
- En el denominador, la cantidad total de acciones ordinarias que tendría la entidad si todas las acciones potenciales estuvieran en circulación.

Por lo general, las ganancias por acción diluidas son menores que las básicas. La comparación de ambas versiones permite al inversor potencial conocer el riesgo que tiene de ver disminuidos sus rendimientos el futuro, si se decide a invertir en este momento.

5. Conclusiones

Establecer comparaciones y pronunciarse sobre si la información según NIC es mejor o peor que la elaborada, según las normas contables de cada país, es muy difícil, porque se trata de enfoques diferentes que tienen una relevancia muy distinta, según los criterios que se empleen para juzgarla.

Por ejemplo, el PGC español de 1990, cumplía las normas internacionales vigentes en el año de su promulgación. Desde ese momento, la dificultad para modificarlo ha determinado que las Normas Internacionales hayan avanzado, poniendo una distancia mayor con el PGC a medida que trataban de captar, medir y representar transacciones y hechos económicos más complejos.

En todo caso, el hecho de que algunas empresas europeas, en concreto las más importantes, vengan obligadas a aplicar la contabilización prevista por las NIC, para presentar sus Estados Consolidados a partir de 2005, o que países tales como Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Honduras, Panamá, Perú, República Dominicana las hayan hecho obligatorias, y que China, Japón o Australia permitan a las empresas extranjeras cotizadas presentar su información financiera según las NIC, hacen entrever que la práctica totalidad de los países tendrán que considerar, en mayor o menor medida, las Normas Internacionales para reformar su normativa nacional.

Para finalizar, se va a exponer el pensamiento de la opinión pública sobre la reforma contable y, además, el grado de avance de las empresas, tanto españolas como de la Unión Europea, en la implantación de las NIC.

El ICAC, a través de su página Web, con la ayuda de asociaciones, entidades y empresas, realizó en el año 2002 una consulta al mayor número posible de agentes sociales, para conocer lo que piensa la opinión pública española sobre la reforma contable. Las conclusiones han sido las siguientes:

- Un alto porcentaje de los encuestados respondieron que conocían las NIC. Los docentes y los que están trabajando en sociedades y grupos de empresas directa o indirectamente, porque auditan, son los que están mucho más familiarizados con dichas normas.
- Mayoritariamente, en un porcentaje del 75%, estaban a favor de que la reforma afecte a todas las empresas y no sólo a las cotizadas.
- Respecto al plazo para la reforma, se sugirió un plazo medio de alrededor de tres años.
- Por lo que, a la aplicación del valor razonable, no existió una opinión muy favorable para su aplicación.

- En relación con el tema de la contrapartida que se produzca como consecuencia de la aplicación del valor razonable en los activos, el 36% de los encuestados consideraron que debería tratarse como una reserva, aunque tendría que especificarse legalmente su disponibilidad o indisponibilidad.
- El 72% de los encuestados consideraba que para aplicarse las NIC, es necesario una adaptación de las normas fiscales para que se produzca un acercamiento entre la información elaborada con criterios contables y fiscales.
- El 80% de los encuestados estaba a favor de que la memoria no sólo debía facilitar más información, sino que debería ofrecerla más detallada.
- El 81% de los encuestados estaba a favor de la implantación del "Estado de variaciones en el neto patrimonial".
- Respecto a la presentación del Estado de resultados, el 90% era partidario de clasificar los gastos por funciones y en forma de lista, frente a la actual clasificación por naturaleza y en forma de cuenta. No obstante, casi el 50% estaba a favor de mantener los dos modelos.
- El 83% de los encuestados está a favor de presentar un Estado de flujos de tesorería y un 34% estaba a favor de hacerlo junto con el Estado de origen y aplicación de fondos.

Según un estudio de la PricewaterhouseCoopers, en el año 2002 el 35% de los 7.000 grupos europeos (600 españoles), que deben aplicar las NIC en el año 2005, ya han empezado a planificar. Según este estudio, se esperaba que a finales de 2003 ya se alcanzara la cifra del 94% y para el 2004, el 6% restante.

Referencias bibliográficas

- Amat, O (Coordinador) (2003): **Comprender las Normas Internacionales de Contabilidad**. Ed. Ediciones Gestión 2000, S.A. Barcelona.
- Cea García, JL (2001): **Armonización contable internacional y reforma de la contabilidad española**. Ed. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Madrid.
- Corella A. (2003): "Las empresas aseguran estar ya listas para aplicar las normas internacionales". **Cinco Días**, página 10, viernes 21 de noviembre.
- (2003): "El Gobierno creará un órgano para coordinar la contabilidad en España". **Cinco Días**, página 12, Miércoles 10 de diciembre.
- (2003): "EE UU da el primer paso hacia la contabilidad internacional". **Cinco Días**, página 14, Miércoles 17 de diciembre.
- Gonzalo Angulo, JA (2002): "Las líneas básicas de la reforma contable". **Partida Doble**, núm. 136, páginas 10 a 27, septiembre.
- González, IJ y Herreros, J (2002): "Valor razonable y Libro Blanco". **Partida Doble**, núm. 136, páginas 78 a 89. septiembre.
- Huerta de Soto, J (2003): "Nota crítica sobre la propuesta de reforma de las normas de contabilidad". **Partida Doble**, núm. 142, páginas 24 a 27, marzo.
- ICAC (2002): **Informe sobre la situación actual de la contabilidad en España y líneas básicas para abordar su reforma (Libro Blanco para la reforma de la contabilidad en España)**. Ed. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Madrid.
- Mallo Rodríguez, C (2002): "Las opciones de la normalización internacional de la contabilidad". **Partida Doble**, núm. 136, páginas 60 a 68, septiembre.

Norverto Laborda, MC (2002): "La reforma contable y la opinión pública". **Partida Doble**, núm. 137, páginas 64 a 75, octubre.

Reglamento (CE) 1606/2002, del Parlamento Europeo y del Consejo de 19 de julio, relativo a la aplicación de las Normas Internacionales de Contabilidad.

Reglamento (CE) 1725/2003, de la Comisión de 29 de septiembre, por el que se adoptan determinadas Normas Internacionales de Contabilidad de conformidad con el Reglamento (CE) 1606/2002.

Resolución de 24 de mayo de 2001, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se crea dentro de la Comisión de Expertos, la Subcomisión de Estudio de las opciones de las NIC y la Subcomisión de Estudio de aspectos prácticos de la aplicación de las NIC.

Rojo Ramírez, AA y Caba Pérez, MC (2003): "La NIC 1 del IASB, Estados Financieros". **Partida Doble**, núm. 142, páginas 6 a 23, marzo.

Sansalvador Sellés, ME. (2002): "La Directiva 2001/65/CE de la UE para la armonización contable". **Partida Doble**, núm. 138, páginas 62 a 67, noviembre.

Análisis de la Cadena de Valor Industrial y de la Cadena de Valor Agregado para las Pequeñas y Medianas Industrias

Morillo, Marysela

Marysela C. Morillo

Licenciada en Contaduría
Pública y en Administración.

M.Sc. en Administración
Profesora de FACES-ULA
morillom@ula.ve

Recibido: 22-11-04
Revisado: 17-01-05
Aceptado: 17-02-05

Las probabilidades de éxito en la toma de decisiones dependen, en gran medida, de la calidad de la información manejada. Desde la perspectiva estratégica, es imprescindible conocer la información sobre los competidores y la posición de la empresa (medio externo e interno) para el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles. De ahí que el análisis de la Cadena de Valor se presente como una herramienta valiosa y al alcance incluso de las pequeñas y medianas empresas para el proceso de diseño de estrategias, ya que aporta información cuantitativa y cualitativa sobre la empresa y su contexto.

Palabras clave: Competitividad, estrategia, actividad, costo, mercado.

RESUMEN

The probabilities of success in the decision making depend on a great extent on the quality of handled information. From the strategic perspective, the competitors information and the company position –external and internal– become essential for development of sustainable competitive advantages. The analysis of the Chain of Value appears as a valuable tool for the strategies design process for small and medium industries, contributing with quantitative and qualitative information about the company and its context.

Keywords: Competitiveness, strategy, activity, cost, market.

ABSTRACT

1. Introducción

En la búsqueda del desarrollo, las naciones actualmente más avanzadas siempre han hecho énfasis en la actividad industrial desarrollada por las pequeñas y medianas industrias (Pymis)¹, por cuanto representan la actividad que permite una mayor productividad de la economía y un mejor nivel de vida. La Pymi ha desempeñado un papel primordial en el desarrollo de las economías industrializadas. Su efectividad va más allá de los países desarrollados, pues, en muchos países en desarrollo, la Pymi ha contribuido significativamente con el crecimiento económico, evidenciando su papel en la aceleración del ritmo de industrialización y la promoción al espíritu empresarial. Según Armas (1999), la Pymi, independientemente de su grado de desarrollo tecnológico, cumple un papel importante como generadora y distribuidora del ingreso nacional. Su capacidad para emplear mano de obra poco calificada, durante las fases iniciales de los procesos de industrialización, las convierte en factores determinantes de la estabilidad social; además, contribuyen con la democratización del capital y la distribución regional del ingreso, al estar menos concentradas en las áreas industriales. Por ello, la Pymi y las microindustrias se están convirtiendo en el modelo de la nueva empresa y en un motor crucial del desarrollo económico. Las grandes empresas solitarias que producen grandes cantidades de productos homogéneos, son opacadas por las Pymis en un ambiente de depresión y debacle económica de los países semiindustrializados y subdesarrollados. Según Tunal (2003), las microindustrias y las Pymis han tenido gran importancia, no porque constituyan una nueva forma de organización del trabajo sino porque

tales organizaciones han podido hacer frente a los mercados laborales, y pueden ser vistas como una estrategia de supervivencia ante la crisis económica, puesto que son capaces de generar empleos con menores requerimientos de capital, a diferencia de las grandes empresas; han contribuido a reorganizar la producción, y son capaces de resistir en entornos adversos de profunda crisis y cambios en los mercados internacionales, gracias a su impacto en el empleo y la equidad.

Ciertamente, dentro del sector industrial la Pymi presenta una serie de características que la hacen imprescindible como alternativa para el desarrollo de un país, al contribuir con la tasa de crecimiento económico, mediante la generación de empleo y la diversificación productiva, gracias a la mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores. A pesar de esto, en el caso venezolano la Pymi no ha podido ser el impulsor de un sistema productivo basado en el uso eficiente de los recursos humanos, la tecnología y la productividad.

En la mayoría de las economías de mercado, las industrias pequeñas y medianas, incluidas las microindustrias (Mpymi), constituyen una parte sustancial de la economía. En la Comunidad Europea concentran más del 60% del empleo total. En Japón también presentan un nivel muy importante en la actividad económica, principalmente como subcontratistas, en la producción de partes. En Argentina representan un 60% del total de la mano de obra ocupada y contribuyen al producto bruto en aproximadamente un 30%. Las Mpymi de Italia contribuyen al producto interno bruto (PIB) en casi un 50% (Buczyner, 1996).

Por otra parte, la actual situación mundial, caracterizada por una creciente globalización y por

¹ La pequeña y mediana industria, Pymi, es objeto de diversas definiciones. Una misma empresa industrial puede ser clasificada como pequeña, mediana o grande, si se le sitúa en sitios y épocas distintas de desarrollo industrial. En este trabajo se define a la Pymi como aquella industria que emplea entre 5 y 100 trabajadores y a la microindustria como aquella que emplea menos de 5 trabajadores, según el criterio establecido en Venezuela por el Instituto Nacional de Estadística (INE), por ser la más generalizada; sin embargo, es importante señalar que esta categorización difiere de muchos parámetros internacionales.

cambios tecnológicos introducidos por las organizaciones, exige a todas las empresas *competir*. Esta debe ser la meta permanente de los directivos responsables de las organizaciones. La competitividad aligera tanto la consolidación de mercados como las reestructuraciones, las adquisiciones y las alianzas entre empresas, cuyos objetivos son alcanzar escalas de operación y niveles de eficiencia, que les permitan enfrentar a sus rivales. Las empresas se tornan más agresivas, en cuanto a innovación, mejoramiento continuo y reducción de costos, cuando manejan con eficacia nuevas herramientas confiables y pertinentes, para tomar decisiones adecuadas. La inserción de la industria en el comercio internacional, no sólo es importante para las industrias participantes en éste, sino también para las Pymis, que no comercializan sus productos directamente en el mercado internacional. Las grandes empresas al ver ampliadas sus fronteras para la selección de la ubicación de las plantas, consideran la existencia de empresas pequeñas locales, con calidad y precios competitivos, para suplir sus necesidades de materiales y servicios. Las Pymis también participan en el comercio internacional, como creadoras de nuevas piezas, procesos y materiales, y demás innovaciones (Rosale, 1996).

A medida que el entorno cambia, es común que los sistemas de información de la empresa ya no proporcionen información útil (Hansen y Mowen, 1996), puesto que los mismos se convierten en obsoletos. Los gerentes, tanto de las grandes como de las pequeñas y medianas empresas, necesitan saber detalles cualitativos y cuantitativos, basados en el enfoque de la administración estratégica, como es el caso del análisis de la cadena de valor, a través del cual se desarrollan estrategias de negocio, con el propósito de ganar ventajas competitivas permanentes.

El análisis de la cadena de valor es una herramienta sencilla al alcance tanto de la gran industria como de la Pymi, y se presenta en la Contabilidad

Gerencial bajo un enfoque interno, en función de productos, clientes y funciones de la organización; mientras que en la Gerencia Estratégica de Costos, se presenta con un enfoque externo, en función de las distintas etapas de la industria en la cual se integra la empresa (Shank y Govindarajan, 1998). Se crean así dos sistemas integrales de información gerencial: uno, sobre los competidores y el medio ambiente externo de la organización; y otro, sobre las actividades internas, dado que la planificación estratégica se basa en la información disponible en relación con los competidores y con la propia posición de la empresa. Ambos enfoques pueden ayudar a las Pymis a superar algunas dificultades y a incrementar sus posibilidades de supervivencia y crecimiento frente a la competencia internacional.

2. Análisis de la cadena de valor industrial

La cadena de valor industrial se define como el conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor, la cual va desde la obtención de fuentes de materias primas, hasta que el producto terminado es entregado al consumidor final, incluyendo las actividades de post venta (devoluciones, garantías, servicio técnico, mantenimiento, instalación, reciclaje, etc.), en las cuales participan varias empresas. Estas actividades son bloques de construcción, mediante los cuales las firmas en la industria crean un producto de valor para los compradores. Para Shank y Govindarajan (1998), cualquier empresa presenta una cadena de valor industrial, ninguna es autosuficiente; todas las organizaciones pertenecen a un eslabón de la larga cadena desde que la materia prima es extraída de la naturaleza y comienza a ser transformada, hasta que el producto es usado por el consumidor final; más aún si se trata de Pymis, las cuales, según Barry (1993), abastecen a mercados especializados y/o locales y contribuyen a la transformación de materia prima dispersa.

Una vez definida la cadena de valor industrial,

podemos observar que la mayoría de las empresas son sólo una parte o componente de la cadena de valor; de allí que el análisis de dicha cadena sea un enfoque externo a la empresa. En el diagrama 1 se ilustra la cadena de valor de la industria del pan, en la cual participan gran cantidad de pequeñas y medianas industrias y empresas: cultivadores, molinos, panaderías y distribuidores (abastos y supermercados).

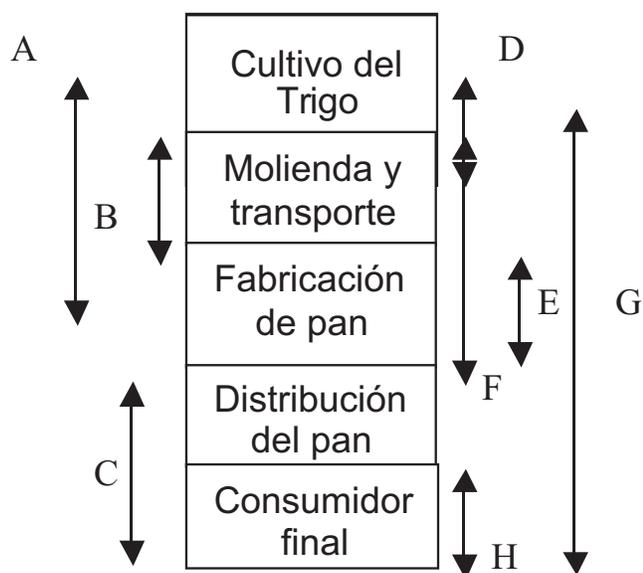


Diagrama 1. Cadena de Valor de la Industria del Pan

←→ A, B, C, D, E, F, G, H: Participantes de la Cadena de Valor Industrial del Pan.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de Shank y Govindarajan. 1998

Aun cuando un competidor no esté presente en toda la cadena –más aún si se trata de una Pymi–, la misma puede ser exclusiva para una empresa. Esto se debe a que dos empresas de la misma industria no utilizan generalmente los mismos proveedores y tampoco compiten con los mismos productos o procesos productivos. En verdad, tienen distintos proveedores de los materiales que deben utilizar e, incluso, diversos clientes destinatarios de sus productos.

El análisis de la cadena de valor industrial es un método utilizado para descomponer el conjunto en las actividades que lo conforman, con la finalidad de facilitar la toma de decisiones estratégicas, al ubicar a la empresa frente a sus clientes, proveedores y competidores. De esta manera, las Pymis con aspiraciones de convertirse en gran industria o ampliarse, pueden establecer vínculos externos y decidir sobre integraciones hacia adelante² y hacia atrás³.

2.1. Perspectiva estratégica del análisis de la cadena de valor industrial

Michael Porter (1985) ideó uno de los métodos de análisis estratégico más importantes, denominado cadena de valor. Dentro de este método, determinó la existencia de vínculos externos o “eslabones verticales”, y afirmó que la forma de operación de los proveedores y canales de distribución afectan el costo y la forma de realizar las operaciones de la empresa, ya que, del nivel de costos y calidad de suministros proporcionados por los proveedores, dependen los costos incurridos y el grado de diferenciación frente a sus

²Estrategia de integración vertical, por medio de la cual una empresa trata de aumentar su capacidad competitiva dentro de la misma industria con el avance desde su ubicación actual hasta las fuentes de abastecimiento; por ejemplo, un fabricante o una asociación de pequeños industriales que adquieren al fabricante de sus componentes (Thompson y Strickland, 1998).

³Estrategia de integración vertical, por medio de la cual se trata de aumentar la capacidad competitiva dentro de la misma industria con el avance desde su ubicación actual en dirección a los consumidores o usuarios finales; por ejemplo, un fabricante o una asociación de pequeños industriales que deciden abrir tiendas al menudeo para vender sus propios productos (Thompson y Strickland, 1998).

clientes. Igualmente, su aceptación en el mercado o satisfacción del cliente dependen, enormemente, de los mecanismos de entrega y de los niveles de costos incurridos por los distribuidores, aún más si se considera que el precio del producto es reflejo del nivel de costos incurridos por cada uno de los integrantes de la cadena industrial.

De lo anterior puede deducirse que el establecimiento de vínculos externos constituye una excelente oportunidad para mejorar la utilidad, al idearse mejores formas de trabajar en conjunto; por ejemplo, cuando se trata de buscar eficientes y atractivas formas para transportar, inspeccionar, procesar entregas, empaquetar y desempaquetar los materiales utilizados, diseñar productos, planificar servicios, etc. Otro ejemplo de esto lo presenta Aliaga (2000), cuando indica que un famoso fabricante de automóviles, como Nissan, ofrece a sus proveedores una bonificación en sus contratos cuando éstos logran abaratar sus costos gracias a innovaciones. El vínculo debe concebirse como una relación en la cual se benefician tanto la empresa como su proveedor o cliente, y no en una explotación del poder de unos sobre otros, más aún si se considera el bajo poder de negociación que presentan las Pymis. Por el contrario, la cooperación entre proveedores y empresa se muestra como un incentivo para trabajar juntos en la reducción de costos y en la diferenciación de productos (Shank y Govindarajan, 1998). Esta cooperación es una alternativa para las Pymis que tal vez no pueden adquirir su propio proveedor, o adquirir su propia cadena de tiendas, para trabajar en mejores condiciones.

Los vínculos externos también tiene su origen en los programas de *calidad total*, *de justo a tiempo*, pues en los mismos se obligan a depender fuertemente de los proveedores, y a trabajar estrechamente con éstos para que la materia prima esté libre de defectos y pueda programarse en el momento oportuno.

El establecimiento de vínculos externos

también incluye el análisis del desempeño de los demás integrantes de la cadena de valor, donde se origina el apoyo de unos a otros para mejorar las fallas (Ramírez, 1997), porque si uno de ellos fracasa en cuanto a costos o a especificaciones del producto o servicio, también coloca en peligro a las demás empresas como consumidor o proveedor; más aún si estas últimas son pequeñas o medianas. Por ello, estos vínculos no deben establecerse como un enfrentamiento o duelo a muerte. Por ejemplo, un importante supermercado presenta una deficiencia en cuanto al servicio al cliente (atención y tiempo de espera del cliente). Ello ocasiona una disminución del volumen de ventas, lo cual a su vez afecta las ventas de los fabricantes de azúcar en cierta región del país, puesto que sus inventarios son de baja rotación. El fabricante de azúcar debería ayudarle a identificar y solucionar el problema al distribuidor, quien ha colocado en peligro el nivel de actividad y ventas, para un segmento de mercado importante, comprendido por los demás integrantes de la cadena de valor (cañicultores, centrales, transportistas y otros), aun cuando el supermercado se encuentre ubicado dentro de la cadena de valor dos o tres etapas más adelante. Aquí se puede vislumbrar la importancia social que manifiesta el análisis de la cadena de valor industrial.

Los grandes esfuerzos son realizados con más facilidad en conjunto que aisladamente; así lo confirman muchas empresas japonesas exitosas, las cuales difunden su tecnología a sus pequeños proveedores en búsqueda de la productividad, basándose en el principio de la complementariedad y fidelidad, a fin de mantener una oportuna y segura oferta. Otro ejemplo lo presenta Aliaga (2000), donde una industria norteamericana de papel (Forest), a pesar de ser propietaria de casi toda la cadena industrial, tenía tercerizados los procesos de tala y transporte de madera, y había detectado que estos procesos debían ser mejorados, para lo cual se requerían algunas inversiones

en maquinarias y procesos; Forest invirtió en dichas mejoras y compartió parte de las utilidades obtenidas por sus nuevos socios en tala y transporte, por el mayor valor obtenido gracias a las mejoras realizadas.

Desde el punto de vista de los clientes, el análisis de cadena de valor se mezcla con el costeo del ciclo de vida del producto, porque en dicho sistema se considera lo que el cliente paga por costo de adquisición de un producto y el costo total que asume durante la utilización del mismo (operación, mantenimiento, reparación y eliminación del producto). Explotar los lazos existentes con los clientes es la idea fundamental en el concepto del costeo del ciclo de vida del producto. La Pymi, al igual que la gran industria, al considerar la existencia de un vínculo externo puede indagar sobre los costos que el consumidor asume después de la compra, para facilitar el posicionamiento de su producto, diseñando productos más resistentes y duraderos, que reduzcan los costos del consumidor; aun cuando esta diferenciación no sea tan sustancial, la Pymi, por sus limitaciones a la hora de adelantar actividades de investigación y desarrollo, puede ingeniosamente crear un servicio postventa para agregarle valor al producto frente al consumidor. Ejemplo de ello lo han dado los industriales japoneses, quienes han diseñado vehículos de alta calidad, cuyo costo a lo largo del ciclo de vida del producto es menor, con excelente disponibilidad de repuestos, logrando cautivar gran parte del mercado norteamericano. Estas son algunas de las estrategias que ejecutan las grandes empresas para desarrollar ventajas competitivas, pero que pueden ser adoptadas por las Pymis.

Porter (1985) reconoce tres tipos de vínculos externos, en los cuales se generan las siguientes situaciones: La primera es una *reducción de costos de la empresa (cliente) y del proveedor*, donde el comportamiento de los costos procede de la forma como los proveedores lleven a cabo una

actividad en coordinación con la firma; el eslabón está, por ejemplo, entre cómo los proveedores empacan sus productos y el costo de manejo de los materiales comprados. El segundo vínculo es el *aumento de costos del proveedor y la reducción de costos de la empresa (cliente)*; por ejemplo, cuando se compran insumos de mayor calidad se evitan reprocesamientos e inspecciones exhaustivas; la inspección que realiza el proveedor elimina la inspección realizada por el comprador (empresa); no se duplican esfuerzos a lo largo de la cadena de valor de la industria, ocasionando un menor costo para el consumidor final. También se ilustra la situación cuando se dan entregas frecuentes y a tiempo, lo cual reduce la necesidad de mantener inventarios de materia prima. El tercer vínculo se origina por la *reducción de costos del proveedor y el aumento de costos de la empresa (cliente)*, donde la empresa está dispuesta a incrementar sus costos a cambio de que el proveedor reduzca los suyos; por ejemplo, cuando el proveedor reduce la calidad de sus productos, pero dicha disminución se compensa por el aumento de los costos de fallas internas (reprocesamientos), de pruebas y otros costos de calidad. Este vínculo no es recomendable.

La existencia de vínculos externos no debe limitarse sólo a alianzas entre proveedores y clientes, sino entre Pymis competidoras de un mismo sector. Según Mocciaro (1997), existen costos de desarrollo que resultan demasiado altos para ser absorbidos por una sola organización considerada como Pymi. Así ocurrió en un caso real de alianzas estratégicas, entre competidores de un mismo eslabón de la cadena de valor, dedicados a la edición de los diarios más importantes del país; ambos competidores, en vista de sus limitaciones financieras, decidieron unirse para adquirir el paquete mayoritario de acciones de un fabricante de papel y asegurar, de esta manera, la provisión de papel a precios muy convenientes, gracias a una concesión del Estado de energía

eléctrica a tarifa reducida para el fabricante de papel. Si bien no siempre se pueden realizar alianzas o negociaciones con competidores, se debe considerar la existencia de eslabones verticales con ellos, puesto que la forma como éstos ejecutan sus actividades y los costos incurridos afectarán indiscutiblemente las acciones de la empresa.

2.2. Pasos para analizar la cadena de valor industrial

Identificación de la Cadena de Valor de la industria en la cual opera la empresa. Este primer paso trata de definir el bloque de las actividades, a través de las cuales se crean productos de valor para algún comprador (consumidor final u otra industria). Se debe identificar cada etapa de la cadena en la cual exista un mercado externo, dado que, frecuentemente, se puede encontrar una etapa donde el mismo no exista. Por ejemplo, en el proceso productivo del concentrado de alimento para animales, donde no hay un mercado externo para el concentrado en polvo; por lo tanto, considerar la etapa de molienda y el paletizado como etapas separadas, no es operacional, porque no se puede calcular independientemente la utilidad ganada en cada etapa, a menos que alguna empresa las haya desacoplado para hacer un mercado de cada una de ellas.

Identificación de costos, ingresos y activos en cada etapa de la Cadena de Valor. Las actividades que posean un mercado externo y que una misma empresa realice deberán separarse, conformando dos etapas distintas. Además, los ingresos se asignarán ajustando los precios internos de transferencia, a precios competitivos del mercado; es decir, considerando sólo el precio de productos intermedios en mercados externos, lo cual permite

la evaluación de las etapas en forma separada, indicando la rentabilidad real de cada una de ellas y cómo podrían ser atendidas por la empresa. El cálculo de la inversión en activos se realiza utilizando los costos de sustitución de dichos activos y no los de adquisición, en cada una de las plantas, a partir de discusiones con ingenieros y vendedores de equipos, pues lo que se trata de evaluar son las alternativas de inversión o desinversión en cada etapa (Shank, y Govindarajan, 1998).

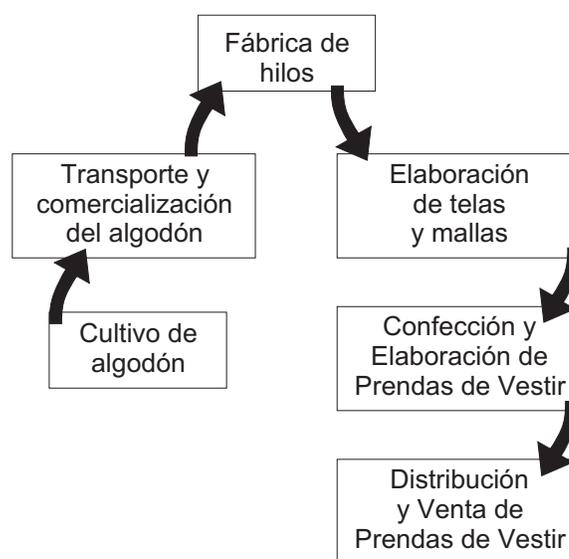


Diagrama 2

Cadena de Valor Industrial de las Telas

Fuente: Elaboración propia.

Cálculo de rentabilidad, rotación de activos de cada etapa de la Cadena de Valor. Con los datos identificados se procede a calcular los indicadores financieros: rentabilidad⁴ y rotación de activos⁵.

La importancia de este análisis radica en generar ideas estratégicas que sirvan para crear ventajas competitivas. Los informes de la contabili-

⁴ Índice financiero dado por el coeficiente Utilidad Neta / Activos totales.

⁵ Índice financiero dado por el coeficiente Ventas Netas / Activos totales.

dad de gestión tradicional no revelan detalles sobre los competidores, proveedores y clientes de la empresa. Por ejemplo, el análisis DuPont, o de rentabilidad financiera, puede indicar ideas convencionales, pero no refleja exactamente lo que sucede alrededor de la empresa, incluso no permite conocer el valor total creado en la cadena ni comparar su estructura de costos, inversión en activos y dimensión de utilidades con las de los demás participantes de la cadena valor industrial. Un caso de ello lo presenta Aliaga (2000) con un importante fabricante de relojes suizos, el cual estaba obsesionado con el desarrollo de la tecnología electrónica, y no advirtió sobre los cambios que estaban sucediendo en su cadena industrial, donde las joyerías no eran el principal punto de ventas; nuevos canales y relojes asiáticos de bajos costos estaban apoderándose del mercado y los suizos seguían mirando al interior de la cadena que ahora entregaba menos valor a los clientes; la participación en el mercado de relojes suizos cayó un 34% y los asiáticos, en su mayoría Pymis, elevaron dicha participación. El error fue sólo mirar hacia adentro, y no analizar la cadena de valor industrial fue suicida.

Se trata de razonar y evaluar el negocio como parte de una actividad conjunta con proveedores y clientes (Jarazo, 1997); es decir, el análisis de la cadena de valor industrial le ayuda a la empresa a visualizar la forma para relacionarse con proveedores, competidores y clientes, así como a decidir en qué segmento de mercado enfatizar y en qué etapa de la cadena de valor invertir, a partir de la cuantificación del poder de los proveedores y clientes.

Un claro ejemplo de ello fue una mediana industria local norteamericana, la cual durante un buen tiempo preparó a parte de su personal para que funcionaran como empresas independientes y lo abastecieran con los mismos servicios cuando eran sus empleados, todo ello bajo un concepto de cédulas, invirtiendo en capacitación para transfor-

mar a sus empleados en microempresarios. El resultado fue bueno: las pequeñas empresas tercerizadas gozan de buena salud, pese a algunas crisis coyunturales, y la empresa dispone ahora libremente de servicios, sin verse obligada a desembolsar costos fijos por concepto de salarios (Aliaga, 2000).

Este espacio del análisis de la cadena de valor industrial podría estar limitado sólo a las grandes y medianas industrias o empresas, puesto que el poder de compra de un cliente refleja su capacidad para exigir calidad, descuentos y controlar los precios unitarios; la cuantía de recursos financieros o la rentabilidad manejada le otorgan la facilidad para cambiar de proveedores (nacionales e internacionales) en cualquier momento, o para realizar cambios tecnológicos de su proceso productivo (cambios de materias primas como plástico, vidrio, madera, aluminio, procesamiento más rápido, etc), a diferencia de las pequeñas y microindustrias.

Sólo las grandes empresas, con este análisis, pueden tomar decisiones entre hacer o comprar, en ciertas etapas de la cadena, comparando la rentabilidad obtenida y la de los competidores, el nivel de activos y su rotación; es decir, revelan cómo la desinversión y la menor participación en ciertas actividades de la cadena de valor pueden representar una buena estrategia (Hansen y Mowen, 1996). En consecuencia, con el análisis de la cadena de valor industrial las grandes empresas pueden elegir en qué etapa de la cadena ubicarse, sin perder de vista aquello que puedan realizar de un modo más adecuado.

3. Análisis de la cadena de valor agregado

La cadena de valor agregado se define como el conjunto de actividades que lleva a cabo la empresa en diferentes áreas funcionales (Diagrama 3), tal como lo representó Michael S. Porter en 1985, al idear el método de análisis estratégico: Cadena

de Valor. El análisis de la cadena de valor agregado es un método utilizado para descomponer la cadena en cada una de las actividades que la conforman, desde la recepción de la materia prima hasta el cliente, con la finalidad de entender el comportamiento de los costos y las fuentes de

diferenciación del producto (bien o servicio), y para tratar de maximizar la diferencia entre compras y ventas, con el objeto de crear el mayor valor agregado, que permita maximizar las utilidades y así ser más fuerte en el mercado.



Fuente: Romero, 1998.

La inconveniencia de este análisis se debe a que comienza demasiado tarde, con los pagos hechos a los proveedores (compras), y termina muy pronto, con los pagos hechos por los clientes (ventas); esto impide aprovechar los lazos existentes con los proveedores y clientes, y la visibilidad de la ubicación de la empresa, con respecto a sus competidores y demás participantes en la cadena, con quienes se identifica el poder del negocio (Shank, y Govindarajan, 1998). Es decir, no identifica los márgenes de utilidad de los proveedores ni clientes, para entender el posicionamiento de costos/diferenciación de la empresa, en oposición al análisis externo realizado por la cadena de valor industrial. Los lazos existentes con proveedores y clientes no pueden perderse de vista porque representan oportunidades y amenazas, debilidades y fortalezas para la empresa, en un sentido amplio. Sin embargo, el análisis interno de la organización que realiza la cadena de valor agregado debe considerarse también para desarrollar ventajas competitivas.

3.1. Perspectiva estratégica del análisis de la cadena de valor agregado

Es necesario señalar que la razón por la que en las Pymis no se pueden crear ventajas competitivas sólo a partir del análisis de la cadena de valor industrial, es la existencia de decisiones incontralables (Diagrama 4). No es fácil para las Pymis influir sobre los proveedores para que adopten una metodología *justo a tiempo* o para que disminuyan sus costos; o en los distribuidores, para que mejoren la atención al cliente o sus relaciones interpersonales. Las empresas deben esforzarse en lograr la competitividad a partir de las decisiones que pueden controlar (Ramírez, 1997), sin perder de vista a sus competidores, proveedores y clientes. Por ello, las Pymis deben complementar el análisis realizado por la cadena de valor industrial con la cadena de valor agregado, aún más si se considera que la cadena de valor agregado es un conjunto de actividades incluido en otro mayor de actividades realizadas entre varias organizaciones.

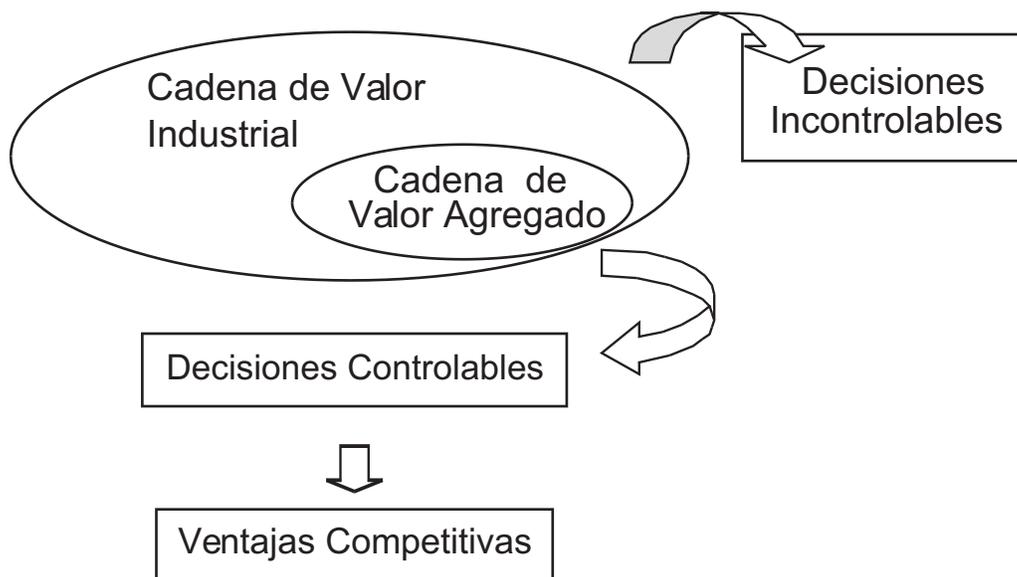


Diagrama 4. Decisiones Controlables y Decisiones Incontrolables

Fuente: Elaboración propia.

Otra razón a resaltar se resume en que el análisis de la cadena de valor industrial está orientado a la toma de decisiones estratégicas⁶, de integración, de comprar o fabricar, y no orientado a cómo disminuir costos o crear diferenciación en detalle. La cadena de valor agregado se presenta como un valioso modelo estratégico para las pequeñas organizaciones, dado que éstas requieren analizar cuidadosamente sus fuentes de diferenciación y de economía de costos, a fin de destacarse frente a las grandes. Ello no puede ser realizado mediante el análisis global de la cadena, sino mediante un análisis interno: mediante la ilustración de todas las actividades realizadas para elaborar productos para sus clientes. Por ello, este análisis es una de las principales herramientas de la Gerencia Estratégica de Costos, en la búsqueda de ventajas competitivas. Igualmente, es una técnica de reducción de costos, utilizada por la

contabilidad de gestión, sobre la cual descansa una de las últimas tendencias de la contabilidad de costos, como lo es el Costeo Basado en Actividades –ABC, por sus siglas en inglés– (Mallo *et al.*, 2000).

A nivel interno o de la cadena de valor agregado, el controlar los causales de costos y crear diferenciación implica analizar sistemáticamente los costos, ingresos y los activos de cada actividad; o sea, disminuir los costos de cierta actividad manteniendo los precios, incrementando el precio en una actividad manteniendo los costos o disminuyendo la cantidad de activos, manteniendo el nivel de costos y de ingresos, para mejorar la rentabilidad y el poder de negociación en el mercado. El jugar con estas variables requiere comparar la cadena de valor de la empresa con la del competidor más cercano o principal, en cuanto a nivel de activos, costos y precios y acciones,

⁶Selección de estrategias alternativas que consideren el crecimiento y la supervivencia a largo plazo de la empresa, con el objetivo de obtener ventajas competitivas. (Hansen y Mowen, 1996)

para manejar los causales estructurales y de ejecución de los costos, para redefinir y ajustar ciertos sitios de la cadena de valor mejor que la competencia (automatizar o renovar la tecnología y realizar una distribución y localización eficiente de la planta), de tal manera de llegar a ser el productor de más bajo costo (Shank y Govindarajan, 1998), o el generador de mayor valor ante los clientes.

Según Hansen y Mowen (1996), al reconocer que las actividades que generan valor dentro de la empresa son interdependientes, se establecen vínculos internos y, a la vez, ventajas (posibilidades de reducir costos). Por ejemplo, aumentar los costos de cierta actividad puede traer una disminución del costo total del producto o de otra etapa de procesamiento. Ello se evidencia en los sistemas de costos de calidad, donde al aumentar los costos de prevención pueden disminuir en forma más que proporcional los de fallas internas y externas, y la organización es una gran red de proveedores y clientes, donde cada trabajador depende de los demás para crear los productos y cada uno tiene sus requerimientos de calidad.

Los vínculos internos también tienen relación con el costeo del ciclo de vida del producto. Así, el hecho de que muchos pequeños industriales japoneses pudieran reducir el precio de sus productos fue a través del cambio de la primera etapa de cadena de valor (diseño), en el cual se redujo el número de partes, lo que disminuyó el costo del ensamble (Shank y Govindarajan, 1998). Las actividades de diseño y desarrollo del producto ocurren antes de la producción; de allí que se considere que el número de piezas es el impulsor de ciertas actividades (compra, manipulación, uso de materiales, ensamble, inspección y reparaciones) que impulsan costos (Hansen y Mowen, 1998).

El reconocer vínculos entre las actividades de valor, trae consigo necesidades de coordinación, si se desea lograr un efecto positivo (Shank y

Govindarajan, 1998), lo cual nunca debe ser ignorado por las Pymis. Por ejemplo, el hecho de que se proceda a tostar el maíz antes de pasar a procesarlo para eliminar hongos o microorganismos, hace que las pruebas de detección de microorganismos, al finalizar el procesamiento o en etapas intermedias, se eliminen o se sustituyan por otra prueba.

Para reconocer las actividades interdependientes y establecer los denominados *vínculos internos*, la Pymi debe identificar las actividades que pueden tener un impacto en el costo, ejecución y resultados de otra actividad. Sólo así pueden aflorar las necesidades de coordinación entre las mismas. Por ejemplo, de la actividad de selección y entrenamiento del personal dependen, en gran medida, los resultados obtenidos en las actividades de venta y de atención al cliente. A su vez, de la optimización de la primera actividad y de la coordinación de requerimientos de ambos procesos, dependerá que la empresa alcance diferenciación ante sus clientes.

3.2. Pasos para analizar la cadena de valor agregado

Identificar la Cadena de Valor Agregado de la Empresa, es decir, el conjunto de tareas por medio de las cuales la empresa manufactura sus productos, valiosos para sus clientes. Para identificar las actividades dentro de la cadena de valor es importante clasificarlas en: actividades primarias (donde se involucra la creación física del producto, su venta, transferencia al cliente y el servicio post-venta) y actividades de soporte (aquellas que apoyan el funcionamiento de las actividades primarias y las de sí mismas).

Todas estas actividades están presentes en las Pymis y son categorizadas por Romero (1998) de la siguiente manera: *Logística de entrada* (recepción, almacenamiento y distribución de inventarios, manejo de materiales, depósito, control de inventarios, devoluciones al proveedor,

e inspección); *operación* (transformación de los insumos; por ejemplo: maquinar, ensamblar, empacar, probar, mantenimiento y preparación de maquinarias y otras); *logística de salida* (recolección, almacenamiento, y distribución de los productos terminados, y procesamiento de pedidos de los clientes); *mercadotecnia y ventas* (publicidad, promoción, fuerza de ventas, fijación de precios, cotización, selección de canales de distribución, e investigaciones de mercado); *servicios* (instalación, reparación y mantenimiento, garantía y eliminación del producto); *adquisición* (compra de los insumos utilizados en la cadena de valor); *desarrollo de tecnología* (diseños de procesos de servicios, procedimiento de selección de personal, de maquinarias y de productos); *administración del recurso humano* (reclutamiento, contratación, dotación, capacitación, motivación y otras); e *infraestructura* (tareas del departamento de contabilidad, finanzas y legal).

Ahora bien, el proceso de subdividir todas las actividades de la empresa puede ocasionar un gran número de éstas; por ejemplo, el trabajo de cada máquina puede ser visto como una actividad. Porter (1985) indica que un grado apropiado de disgregación depende de las economías y del propósito de aquélla en la cadena de valor; por ello, dicta los siguientes criterios: Separar aquellas actividades que representen un costo operativo importante o activo importante o en crecimiento, lo cual significa que las actividades homogéneas, o de cierto modo compatibles y de costos pequeños, deben agruparse en una actividad más amplia; separar las actividades que tienen un impulsor distinto, para influir sobre éste, con el fin de reducir costos; y separar las actividades que los competi-

dores ejecutan de forma distinta; sobre éstas últimas se pueden crear diferenciaciones frente al cliente, en cuanto a costo o calidad, si el competidor las ejecuta de forma más o menos eficiente que la empresa.

Existen eslabones (vínculos internos) importantes dentro de la cadena de valor, entre las actividades primarias y secundarias, que las Pymis deben reconocer. Por ejemplo, las actividades de adquisición afectan la calidad de los insumos comprados; por tanto, repercuten en los costos de producción de inspección y postventa. Es decir, la compra de insumos de calidad disminuye o evita los costos de reprocesamiento o de pruebas exhaustivas de la producción (Romero, 1998).

Identificar los Generadores de Costos. Una vez identificadas las actividades de la cadena de valor de la empresa, el siguiente paso es diagnosticar los impulsores o los factores de los cuales depende el comportamiento del costo de cada actividad de valor. La causa de costo tradicional es el volumen de producción o nivel de actividad: así lo consideran todavía la mayoría de Pymis. Sin embargo, se ha demostrado que existen múltiples causales, las cuales se pueden agrupar como estructurales⁷ y de ejecución⁸. Estratégicamente, es más conveniente explicar los costos desde variables que impliquen la posición competitiva de la empresa, ya que al tener presente y manejar mayor cantidad de causales de costos (calidad, diseño, tecnología), se tendrán más posibilidades de competir, controlando costos o creando diferenciación.

El sistema de costeo basado en actividades (ABC) juega un papel importante en esta etapa, pues proporciona información valiosa sobre el

⁷Causales relacionados con la estructura económica de la empresa, como: escala o nivel de inversiones, integración vertical y horizontal, tecnología y amplitud de líneas de productos. (Shank y Govindarajan, 1998)

⁸Causales relacionados con las habilidades de la empresa para realizar con éxito sus operaciones: compromiso del grupo, gerencia de la calidad, configuración del producto, lazos con proveedores y clientes, distribución de planta y utilización de la capacidad (Shank y Govindarajan 1998).

costo de ejecución de cada actividad de la cadena de valor de la empresa y del porqué se consumen costos, mediante el comportamiento de los impulsores o inductores de costos, e impulsores de actividades⁹. En el ABC, al causante de determinado nivel de actividad que, a su vez, demanda costos, se le llama inductor o impulsor de costos. Este inductor es un elemento del que depende el consumo de costos, pues determina la cantidad o volumen de actividades. Éstas deberán controlarse, si se desea abatir costos. Por ejemplo, la razón por la cual la actividad de ensamble en una fábrica consume recursos, como electricidad y salarios de ensambladores, depende del número de piezas a ensamblar presente en el diseño de los productos.

Identificar los Generadores de Valor o impulsores de actividades, equivale a señalar las razones por las cuales se lleva a cabo la actividad o se le otorga valor a las actividades de la empresa, considerando que ésta sólo desarrolla aquellas actividades que generan valor al cliente y elimina las no generadoras de valor. Estos generadores se clasifican en: generadores de valor para el cliente y para la empresa. *Generadores de valor para el cliente*: son aquellos que deben ser impulsados, porque representan lo que el cliente está dispuesto a pagar; por ejemplo, tiempo de respuesta de cotizaciones o de entrega de pedidos, cantidad de innovaciones, cumplimiento de las especificaciones, o número de taquillas de pago disponibles. *Generadores de Valor para la empresa*: son los que impulsan valor para los propietarios respecto a su inversión, como: alianzas estratégicas, integraciones verticales y horizontales, incremento de la capacidad instalada, introducción a nuevos mercados y creación de nuevos productos (Ramírez, 1997).

Desarrollar Ventajas Competitivas. Con los pasos descritos, las Pymis pueden mejorar la competitividad, bien sea mediante el control de los generadores -causales- de costos, o impulsando los generadores de valor, esto es, mediante la reconfiguración de la cadena de valor (Shank y Govindarajan, 1998).

La reconfiguración de la cadena de valor significa la descomposición de cada uno de los procesos de la organización, por largos y complejos que puedan ser, y su evaluación en forma específica. Dicha reconfiguración implica el mejoramiento de las actividades para impulsar los generadores de valor y así crear ventajas distintivas. Este mejoramiento de actividades implica distinguirse de las demás empresas, de una forma tan original y excelente que sea de difícil imitación. Sólo así se puede lograr y mantener la ventaja competitiva.

Por supuesto, este último paso del análisis de la cadena de valor agregado debe basarse en los análisis de los reportes financieros de cada una de las etapas que agregan valor (cadena de valor agregado), lo cual permite conocer el costo del desempeño de las actividades rutinarias y el valor apreciado por los clientes internos y externos de la organización; a partir de allí se debe comenzar a visualizar la existencia de actividades que coordinadamente (vínculos internos) optimizan la producción y hacen posible una relación más estrecha y ventajosa con el cliente, y también la existencia de actividades que no agregan valor, pero consumen recursos, con miras a suprimirlas.

El mejoramiento de las actividades no debe orientarse únicamente hacia el cliente (ventaja comparativa por diferenciación), sino también a la reducción de costos, al simplificar o eliminar las

⁹Inductor de costos de una actividad: medición cuantitativa del resultado de una actividad; por ejemplo, para las actividades de ajustar máquinas, recibir materiales y mantenimiento de maquinarias, los impulsores de actividades respectivos podrían ser: Número de ajustes u horas de ajustes, cantidad de materiales recibidos y horas de mantenimiento (Kaplan y Cooper, 1999).

actividades superfluas. El reconfigurar la cadena de valor trae ventajas de costos, porque brinda la oportunidad de diseñar formas más eficientes de ejecutar las actividades primarias o de apoyo (mejores diseños de productos, de actividades de producción, de distribución y entrega, identificar excesos, retrasos, irregularidades, despilfarros, movimientos innecesarios) y otros pequeños, pero importantes detalles. Una de las ventajas es la eliminación de las actividades que no agregan valor a los productos (no apreciadas por los clientes o no esenciales para la marcha de la organización), muy comunes en la operatividad de las Pymis, como: tiempos de espera, tiempos de preparación, limpieza, mantenimiento, manejo y manipulación de materiales, entre otros.

Las dos fuentes de ventajas (diferenciación y reducción de costos) son consideradas excluyentes, como lo afirman algunos autores. De hecho un aumento de diferenciación del producto (incremento de generadores de valor) trae consigo un incremento de costos; mientras que una disminución de este último, implica sacrificar, en cierto modo, la diferenciación. Sin embargo, muchas empresas han ideado formas tanto económicas como atractivas para realizar sus actividades de producción, envasado y entrega de productos a sus clientes. Es importante advertir a las Pymis que los esfuerzos de reducción de costos no deben menoscabar la diferenciación del producto. Pero, si la decisión de reducir costos conduce obligatoriamente a sacrificar la diferenciación, tal decisión debe tomarse cuidadosamente.

Para las Pymis, una forma fácil de realizar esta eliminación de actividades que no agregan valor y realizar una coordinación de las actividades (reconfigurar la cadena de valor), consiste en comparar las actividades analizadas en la cadena de valor con las de los competidores, de forma constante, para ajustar y mejorar las actividades, como una reacción frente a los movimientos de los competidores. Sólo así se podrán mantener las

ventajas competitivas creadas. El detalle radica en lograr que las actividades se realicen a menor costo y de forma distinta a la de los competidores.

Así mismo, las actividades susceptibles de mejoramiento, generalmente deberían ser las primarias; sin embargo, ello depende del tipo de empresa, pues, en las manufactureras, las actividades de logística (manejo de inventarios) juegan un papel fundamental, a diferencia de las empresas de servicio. En estas últimas, las actividades de administración de recursos humanos asumen un papel preponderante, porque así la empresa podrá contar con el personal capaz de atender al cliente, no sólo con el procedimiento adecuado, sino de forma cortés y agradable. Igualmente, en la industria farmacéutica las actividades de desarrollo de tecnología (diseño de productos por parte de investigación y desarrollo) y la administración de recursos humanos, juegan un rol fundamental, puesto que manejan información confidencial dentro de su proceso productivo; de ahí que el personal deba ser muy bien seleccionado, remunerado y motivado.

Dado que los análisis a la cadena de valor industrial y a la cadena de valor agregado, hasta ahora descritos, son complementarios, cabe la pregunta: ¿Cuál de ellos debe hacerse primero en las Pymis?. Mintzberg (1997) opina que en planificación es importante efectuar un análisis del exterior antes que del interior. Ello asegura, en cierta forma, una apreciación objetiva del escenario de la empresa frente a sus proveedores, competidores y clientes. Por tal motivo, analizar el exterior después de analizar el interior, puede traer prejuicios de interpretación de los hechos del ambiente externo, a través de la óptica de la empresa, al apreciar las continuas limitaciones internas a las cuales están sujetas las Pymis. Podría decirse que es considerar como cierto exclusivamente aquello que se ha evidenciado dentro de la empresa.

4. El Análisis de la Cadena de Valor en la Gerencia Estratégica de Costos

La Gerencia Estratégica de Costos (GEC), según Shank y Govindarajan (1998), es un análisis de costos para estimar el impacto financiero de las alternativas de decisión, enmarcado en el contexto de tres temas estratégicos para el alcance y mantenimiento de ventajas competitivas: el Análisis de la Cadena de Valor, el Análisis de Causales de Costos y el Análisis de Posicionamiento Estratégico. De lo anterior se desprende cómo el análisis de la cadena de valor, tanto industrial como agregada, es parte de la GEC, pues ésta es parte del eje sobre el cual se fundamenta dicha gerencia.

Dentro del enfoque de la Gerencia Estratégica de Costos (GEC) para una administración eficiente de costos, se requiere de un análisis global externo a la organización; tal análisis está enmarcado dentro del Análisis de la Cadena de Valor Industrial. Igualmente, con la Cadena de Valor Agregado se analizan los generadores de costos y de valor, y se incrementa el valor entregado al cliente mejor que la competencia; esto se traducirá en una ventaja competitiva, que es precisamente el fin último de la GEC.

Ambos análisis enunciados anteriormente también se combinan con los demás de la GEC, es decir, con el análisis de posicionamiento estratégico y el análisis de los causales de costos. Así se ilustra en un caso real de una importante empresa productora de papel fino, llamada Montclair, la cual consiguió posicionar estratégicamente su producto a través de un liderazgo en precios logrado, a la vez, gracias al análisis de la cadena de valor industrial y de valor agregado. Montclair estaba en graves problemas; sus costos promedio de producción (2900 \$/ton) superaba el precio unitario de venta del producto (2200 \$/ton), y mucho más el precio y costo promedio de su principal competidor, Ajax (1466 \$/ton y 1162 \$/ton, respectivamente). Para revertir esta situa-

ción, Montclair convirtió en su costo meta el precio de la competencia (1466 \$/ton); ahora ya no sería más su costo estándar, sino un valor inferior al precio seleccionado como meta; para abatir sus costos analizó su cadena de valor agregado, se concentró en optimizar los procesos de fabricación, como la mezcla de fibras y rendimiento de la maquinarias; con ello logro reducir sus costos promedio y obtener una rentabilidad del 27% sobre el precio de venta de la competencia (Aliaga, 2000).

El análisis de la cadena de valor agregado está vinculado con el análisis de causal de costos, pues este último es una manera de entender el comportamiento del costo en cada una de las actividades de la cadena de valor agregado. Las diferentes actividades de la cadena de valor agregado son influenciadas por diferentes causales de costos, según el tipo de organización de que se trate, pues todo depende de la forma como se realice dicha actividad; por ejemplo, la publicidad realizada por cualquier organización puede ser considerada como un costo fijo y tener como causal habitual la participación en el mercado (causal estructural); en cambio, la actividad de promoción en ventas (reducción de precios) para una gran industria, como la Coca-Cola o la Pepsi-Cola, puede ser visto como un costo variable por su amplia participación en el mercado y hacer uso de las economías de escala para disminuir su costo por unidad, teniendo como causal de costos a factores relacionados con el volumen (causal operacional).

En cuanto al ABC, herramienta de la Contabilidad de Gestión y de estrecha vinculación con la GEC, sus aplicaciones experimentales comenzaron a mediados de la década de los años 80s, en procura del cálculo preciso de los costos de los productos, mediante la identificación y cuantificación de las relaciones de causales entre las actividades y los costos de la organización. Luego, con la nueva tecnología de la información, se hizo posible que el ABC tomara un carácter

complejo para dar paso a la Administración Basada en Actividades (ABM) y se pudiera percibir una compatibilidad estrecha entre la estructura de la cadena de valor, de Michael Porter, el ABC y el ABM. Ciertamente el ABC se fundamenta en la cadena de valor ideada por Porter para identificar y ubicar las actividades de la empresa. Cuando el ABC se integra con un sistema de administración, es decir, con el ABM, puede servir como una poderosa herramienta para la mejora de productos y procesos, pues implica una comprensión profunda de las actividades desarrolladas en la empresa, capaces de generar el mayor valor para los clientes, lo cual la transforma en un sistema de información que puede determinar cuáles son las actividades que agregan mayor valor, cuáles son las actividades que no agregan valor pero sí consumen o demandan costos, y en qué lugar de la empresa se puede reducir costos. Por todo lo anterior, las ideas del ABC, al identificar actividades y clasificarlas entre actividades que agregan y actividades que no agregan valor, e impulsores de costos y de actividades, se basan y se constituyen en parte del trabajo realizado por el análisis de la cadena de valor agregado.

5. Conclusiones

El análisis de la cadena de valor se presenta sistemáticamente como una herramienta indispensable para quienes toman decisiones, bajo dos grandes enfoques al alcance de las Pymis. El primer enfoque, denominado Análisis de la Cadena de Valor Industrial, plantea a la empresa como una parte de un conjunto de actividades, en el sistema de producción de bienes y servicios, donde, para ser más competitivos, no sólo se deben observar las características internas de la empresa, sino de la cadena de valor completa. Esto se debe a que las decisiones estratégicas de comprar o producir, de integración hacia delante o hacia atrás, se vuelven más claras desde la perspectiva de su impacto total. La cadena de

valor industrial es un ejercicio de análisis, donde la idea es ubicar al negocio frente a proveedores, clientes y competidores, además de buscar la forma de interactuar y formar alianzas con éstos. El segundo enfoque, el Análisis de la Cadena de Valor Agregado, se refiere a la interdependencia de las actividades de valor dentro de la empresa, en las cuales se deben explotar vínculos de coordinación internos. Estos vínculos internos surgen de la descomposición de las actividades empresariales, en búsqueda de fuentes de diferenciación y reducción de costos frente a los competidores, pues el análisis implica el conocimiento de todo el proceso productivo de la organización y la reestructuración del mismo en actividades creadoras de valor, desde la adquisición de la materia prima hasta el servicio postventa.

Ambos enfoques son complementarios, puesto que la organización puede ser vista como parte de un todo; es decir, donde la cadena de valor agregado de la organización constituye una pequeña parte de las actividades realizadas conjuntamente con proveedores, distribuidores y clientes. No se puede concentrar sólo en la cadena interna sino en la de los demás participantes de la cadena de valor industrial, y tomar las medidas pertinentes para crear situaciones o cambios favorables para el desarrollo de ventajas competitivas. En consecuencia, los niveles de costos, los márgenes de utilidad y calidad de sus actividades y productos de éstas, dependen, en gran medida, de la posición de costos y de la diferenciación de la empresa frente a sus competidores, en su afán por lograr y mantener ventajas competitivas. Es decir, no basta con conocer la cadena de valor interna de la empresa y ajustarla o mejorarla continuamente, sino también conocer la del mercado, inclusive la de los competidores; con ello se conoce si la cadena de la empresa genera mayor valor o costos que los de la competencia. Si se analiza y se ajusta la cadena interna de la empresa mejor que la competencia, se aumenta el valor que se entrega

al cliente; este último lo percibirá, constituyéndose así una ventaja competitiva.

Es importante advertir que, tanto el análisis de la cadena de valor agregada como industrial, debe ser una labor constante, dados los cambios del entorno, pues hoy puede ser que un proceso sea ejecutado de forma eficiente por la organización, pero luego puede ser más rentable que esté tercerizado; o una actividad se convierta en la de mayor valor para el cliente, como un servicio a domicilio, un servicio inmediato a través de internet, o productos alimenticios instantáneos o naturales, entre otros. Lo importante es que la organización se convierta en protagonista o, por lo menos, participe de esos cambios.

Las pymis no se pueden crear ventajas competitivas tratando de influir apenas en las decisiones de otros (proveedores, clientes y competidores), ni sólo en factores internos (costos, activos e ingresos), sin considerar la posición frente a los competidores, dado que la construcción de dichas ventajas requiere de un conocimiento previo al conjunto interrelacionado de las actividades de valor integrantes de la empresa y sus competidores.

Antes de hacer uso de esta herramienta, es necesario superar dificultades, especialmente para las pymis, en el análisis de la cadena de valor industrial. Entre ellas, se tienen: la consecución de la estructura de costos del competidor, así como los márgenes de utilidad y niveles de activos de los proveedores y clientes. Aun cuando dicha información no esté disponible, el hecho de analizar la cadena de valor agregado de la empresa y de ubicarla en la cadena de valor industrial, constituye un ejercicio importante y fructífero para la empresa.

6. Referencias bibliográficas

Aliaga, Edgardo. (2000): **La Gestión Estratégica de Costos (GEC)**. Comisión de Costos y

Control de Gestión. Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.costoscpcemza.com.ar> (Consulta: 2003, Abril 20)

Álvarez *et al.*, (1996): **Contabilidad de Gestión Avanzada**. México, McGraw-Hill.

Armas, V. (1999): *Esplendores y Miserias de las PyMIS Venezolanas*. **Debates IESA**. Vol. V, N° 1. julio-septiembre, Venezuela, Instituto de Estudios Superiores Administrativos, pp.35-46.

Barry, Nancy. (1993): **La Pequeña Empresa como Gran Negocio: Manual de Orientación**. Caracas, Corpoindustria. Cedinco.

Buczyner (1996): **El crecimiento de las PYMES crea interrogantes**. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.monografias.com>. (Consulta: 2004, Octubre 15)

Hansen y Mowen (1996): **Administración de Costos. Contabilidad y Control**. México, International Thomson Editores, S.A..

Jarazo, Antonio (1997): **La Aplicación de los Costos al Análisis de la Cadena de Valor**. Acapulco, V Congreso Internacional de Costos, Productividad y Rentabilidad. Acapulco

Kaplan y Cooper (1999): **Coste y Efecto. Cómo usar el ABC, el ABM, y ABB para mejorar la gestión, los procesos y la rentabilidad**. España, Gestión 2000. Segunda Edición.

Mallo *et al.* (2.000): **Contabilidad de Costos y Estratégica de Gestión**. España, Prentice Hall.

Mintzberg, Brian y Voyer (1997): **El Proceso Estratégico. Conceptos, contexto y casos**. México, Prentice Hall.

Mocciaro, Oswaldo (1997): **Gestión Estratégica y Dinámica de Costos - Cadena de Valor y Alianzas Estratégicas**. Acapulco, V

- Congreso Internacional de Costos, Productividad y Rentabilidad.
- Porter, Michael. (1985): **Ventajas Competitivas**. México, Editorial Mexicana Continental.
- Ramírez P., D. (1997): **Contabilidad Administrativa**. México, McGraw-Hill.
- Romero Cedeño (1998): **Nuevos Métodos de Costeo**. Colombia, Editorial Norma.
- Rosale, Ramón (1996). **Estrategias gerenciales para la pequeña y mediana empresa**. Caracas, Ediciones IESA.
- Sáez, Ángel (1993): **Contabilidad de Costos y Contabilidad de Gestión**. México, McGraw-Hill.
- Shank y Govindarajan (1998): **Gerencia de Estrategia de Costos. La nueva herramienta para desarrollar ventajas competitivas**. Colombia, Editorial Norma.
- Thompson y Strickland (1998): **Dirección y Administración Estratégica**. México, Edición Especial. McGraw-Hill.
- Tunal, Gerardo. (2003). *El Problema de la Clasificación de las Microempresas*. **Actualidad Contable FACES**, Año 6, N° 7, Julio-Diciembre 2003. Mérida, Venezuela, (78-91)

El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente

Peñaloza, Marlene

Marlene Peñaloza

Licenciada en Administración.
M.Sc. en Administración Pública.
Profesora de Mercadotecnia

Recibido: 13-10-04
Revisado: 28-10-04
Aceptado: 17-03-05

En el mundo de hoy, el concepto de marketing ha cobrado especial importancia, convirtiéndose no sólo en una función gerencial de primer orden, sino que constituye, en sí misma, una filosofía de servicio, pues a partir del estudio y comprensión de las necesidades y deseos del consumidor, la empresa oferta un *mix* ajustado a los gustos de los compradores, entrega beneficios e incrementa el nivel de satisfacción, todo lo cual se traduce en valor. En la presente investigación documental, y mediante el método inductivo, se analiza la mezcla de mercadotecnia, bajo el enfoque de considerar a este conjunto de medios operacionales como modos de servir al cliente, en tanto son concebidos y dirigidos a facilitar los procesos de decisión de los compradores y a solucionar sus problemas de consumo, haciendo su vida más fácil y grata.

Palabras clave: mezcla de mercadotecnia, servicio al cliente, valor, beneficios, satisfacción.

RESUMEN

In today's world, marketing concept has gained special importance becoming not only in the first degree management function, but also, turning itself in a service philosophy due to the study and comprehension of client's needs and desires, the company develops a set of benefits that increases the satisfaction's level, adding value. The following documentary research and by means of inductive method, expressed in the marketing mix is analyzed under the approach to consider the operational dimension, is the way to serve the client in as much are conceived and addressed to facilitate the buyer's decision process, and to solve its consumption problems, making its life easier and pleasant.

Key words: operational media, marketing mix, customer service, value, benefits, satisfaction.

ABSTRACT

1. Introducción

Hoy día, la mercadotecnia constituye una importante herramienta de gestión, sobre todo para aquellas organizaciones con orientación al cliente, orientación indicadora de una filosofía de servicio, pues los esfuerzos por estudiar y comprender las necesidades del consumidor, por desarrollar productos ajustados a sus exigencias, y por adicionar beneficios a través de servicios complementarios, representan prestaciones que incrementan el nivel de satisfacción de los mercados y añaden valor. El concepto de valor aquí entendido, viene determinado por la utilidad de los bienes para satisfacer las necesidades, es decir, para los fines humanos para los que sirven.

Estas decisiones se enmarcan dentro de dos concepciones de la mercadotecnia: como herramienta de análisis y como medios operacionales, traducidos estos últimos en la comúnmente denominada *mezcla de mercadotecnia*, a través de la cual la empresa procura satisfacer las necesidades y deseos de segmentos particulares, facilitar los procesos de decisión y de consumo individuales y, al mismo tiempo, generar cifras de ventas.

Así, entonces, al considerar a las necesidades como el punto de partida de un problema que el consumidor intenta resolver mediante el proceso de compra, la premisa en que se sustenta esta investigación documental gira en torno a entender esta combinación multifacética como los modos que utiliza la empresa para servir a los clientes, en tanto ofrece productos-servicios adecuados a las exigencias de los mercados-meta, fija precios que orientan la compra, informa con la publicidad, comunica las condiciones de entrega, los lugares de compra, facilita la adquisición de los productos en las condiciones requeridas, en el lugar apropiado y en el momento oportuno, asesora a los

clientes, hace labor comunitaria y agrega otros beneficios a través de los servicios.

Bajo estas premisas, el ensayo se inicia con un aspecto central para la mercadotecnia, como es la satisfacción de las necesidades; seguidamente, se aborda su importancia tanto desde el punto de vista estratégico como operacional, para luego centrar el análisis en la mezcla de marketing, a fin de mostrar a cada componente como acciones para servir al cliente, lo que llevará, aspiramos, a una nueva manera de visualizar la mercadotecnia¹. Por último, se presentan las conclusiones derivadas del estudio.

2. El marketing y la satisfacción de las necesidades

La meta del marketing es la satisfacción de las necesidades de los compradores (también la consecución de rentabilidad para la empresa), de modo que la noción de *necesidad* es un concepto básico que está en el centro no solamente de la economía de mercado sino de la gestión de las actividades del marketing, por lo cual constituye, junto con el intercambio, los productos y los consumidores, los elementos en que se sustenta la acción mercadotécnica.

Una *necesidad* es un estado de carencia que ocurre al tomar conciencia de la falta de un bien o de un servicio y se manifiesta con una sensación de desasosiego, de tensión en el individuo. El lector seguramente habrá sentido tal estado de intranquilidad cuando, por ejemplo, decidió revisar de urgencia un texto en la biblioteca y el libro no se encontraba disponible; si en ese momento alguien devuelve el texto en cuestión, la tensión desaparece y la persona se equilibra nuevamente.

Las necesidades humanas se caracterizan por ser ilimitadas, lo que significa que no pueden ser

¹Las acciones mercadotécnicas están dirigidas a personas u organizaciones con necesidades y deseos que satisfacer, dinero para gastar y deseos de gastarlo. Es el concepto de mercado desde la perspectiva del marketing.

satisfechas en su totalidad; también, por ser cambiantes y crecientes, por variar en forma y/o en intensidad, y están determinadas por factores socioculturales y psicológicos. Dichas características tienen connotaciones tanto para la ciencia económica como desde la óptica del marketing, pues, a la par de que pueden constituirse en uno de los elementos fundamentales del crecimiento económico, son el nervio motor en el proceso de intercambio, dado que, del esfuerzo por cubrir tales necesidades, se realizan múltiples actividades para producir los bienes capaces de satisfacerlas.

Las necesidades se manifiestan a través de los *deseos*, concepto consustancial que significa los modos como se satisface la necesidad. Para conocerlos, es fundamental estudiar el proceso de compra y las expectativas que el consumidor tiene con relación al producto y el servicio, qué compra, dónde compra, cuánto compra, qué atributos prefiere, cuáles servicios desearía, qué espera del producto, qué espera de la empresa, cómo ha sido la atención recibida.

Es de reconocer que los consumidores demandan los productos que les proporcionen mayor *valor* y *satisfacción*, de manera que estos dos elementos constituyen propósitos de la mercadotecnia. El concepto de *valor* aquí entendido viene determinado por la utilidad de los bienes para satisfacer las necesidades, es decir, para los fines humanos para los que sirven; esta apreciación se sustenta en una corriente del pensamiento económico, como es la teoría subjetiva del valor, la cual sostiene que éste (el valor) depende de su relación con las necesidades de los individuos, con las satisfacciones que genere y con la utilidad que proporcione².

Esta corriente de pensamiento, llamada *escuela marginalista*, tiene entre sus postulados mirar el proceso económico desde la perspectiva de la naturaleza humana, considerando que los fenómenos económicos son el resultado de las acciones individuales. Sin entrar en más consideraciones, sus principales propulsores Jevons (1835-82), K. Menger (1840-1921) y L. Walras (1834-1910) sostienen, en términos muy sencillos, que el hombre busca experiencias gratificantes que le aporten utilidad y beneficios, y justamente es lo que procura la mercadotecnia al estudiar y comprender las necesidades y deseos del consumidor, y ofertar un *mix* ajustado a los gustos de los compradores, entregando beneficios y agregando valor.

No obstante, el marketing tiene muchos detractores, quienes probablemente le perciben como un conjunto de artimañas para vender cada vez más. Ciertamente, puede emplearse con estos fines; sin embargo, la ideología que guía las acciones mercadotécnicas se organiza bajo los principios enunciados por los clásicos de la economía en el siglo XVIII, y que son los mismos que sirven de base a la economía de mercado (Lambin, 1995, p. 5) e, independientemente de la discusión generada en torno al tema, constituyen el basamento filosófico en que se sustenta el marketing como sistema de pensamiento³.

3. La Importancia del Marketing⁴

Frente al dinamismo y complejidad de los mercados globalizados, el marketing no sólo se ha convertido en herramienta de gestión sino en una filosofía empresarial, en una actitud fundamental en el comportamiento de las organizaciones orientadas al mercado.

²Si desea ampliarse sobre el tema, revisar textos sobre Historia del pensamiento económico.

³Dobb, Maurice, en *Teoría del valor y de la distribución desde Adam Smith. Ideología y Teoría Económica General* (1990) sostiene que, en su acepción, una ideología constituye o implica un punto de vista filosófico, por lo cual entendemos el sistema de pensamiento como la ideología o conjunto coordinado de opiniones o ideas que constituyen la armazón en que se sustenta el marketing.

⁴Parte de este epígrafe ha sido extraído de otro trabajo del autor, titulado *El marketing como filosofía de servicio*, en la Revista Actualidad Contable, No. 5, FACES-ULA, 2002, Mérida, Venezuela.

La empresa que actúa bajo esta concepción asume que para alcanzar sus objetivos de crecimiento y rentabilidad, debe conocer sus fortalezas y carencias internas, identificar las oportunidades existentes en los segmentos a los que pretende servir, estudiar al consumidor en sus hábitos de compra y de consumo, sus percepciones, actitudes, estilo de vida, lugares de compra, en el interés de adecuar su saber-hacer a las oportunidades que ofrecen dichos segmentos.

En este contexto, la toma de decisiones en el ámbito empresarial se hace más compleja, pues afecta gran cantidad de recursos, obligando a la gerencia a vigilar en forma sistemática y permanente el entorno, con el objeto de conocer las tendencias en los gustos y necesidades de los consumidores, las potencialidades de crecimiento de los productos-mercado, así como los problemas que plantean competidores, distribuidores, condiciones económicas, tecnología, factores de índole político-legal, entre otros.

Esta creciente importancia, sobre todo para las organizaciones con fines de lucro, obedece a las dificultades que enfrentan las empresas al desenvolverse en entornos cambiantes y competitivos, con mercados maduros, consumidores exigentes y competidores emergentes que disputan posiciones ante la progresiva desaparición de barreras al libre comercio.

De manera que el proceso de detección y análisis de las necesidades del mercado, el desarrollo de conceptos de productos adecuados a las preferencias de los compradores, con atributos que propendan a una ventaja competitiva duradera y defendible, y la definición de la visión y misión, constituyen acciones estratégicas que se inscriben dentro de una de las dimensiones del marketing, como *herramienta de análisis*, todo lo cual se traduce en formulación de estrategias, planes y programas para el desarrollo de productos, fijación de precios, publicidad, promoción de ventas, programa de distribución y políticas sobre

servicios, *herramientas de acción* con las cuales la empresa espera lograr cifras de ventas al satisfacer, mejor que los competidores, las necesidades y los gustos de los compradores y entregar beneficios adicionales, todo lo cual se traduce en valor para los clientes.

3.1 La Mezcla de Mercadotecnia

El objetivo de los empresarios en las operaciones de marketing es encontrar una oferta de productos y servicios que incremente el nivel de satisfacción del comprador y genere utilidades para la empresa. Esta oferta está conformada, desde el punto de vista mercadotécnico, por un conjunto de variables controlables por la empresa, denominadas comúnmente *mezcla de mercadotecnia* o, en su expresión en inglés, *marketing mix*, a saber: producto (*product*), distribución (*distribution*), comunicación (*communication*) y precio (*price*). En este *mix* se incorpora el servicio (*service*) como quinto elemento, por considerar que el paquete de valor ofrecido está compuesto por beneficios donde el servicio es un componente de valor agregado que puede constituir una ventaja competitiva, toda vez que los clientes actúan estimulados por la búsqueda de valor.

Es importante acotar que este conjunto de variables resulta válido no solamente para las empresas dedicadas a los negocios lucrativos, sino también para las organizaciones sin fines de lucro, como la Iglesia, aquellas al servicio del Estado y las no gubernamentales. No obstante, no es la misma mezcla para una compañía que ofrece bebidas, que para la dedicada al negocio del acero, o para la Cruz Roja. Incluso, dentro de una misma categoría de productos la mixtura puede ser distinta, como ocurre en el negocio de los cosméticos, donde se preparan diferentes combinaciones en tamaño, precio, canales de distribución y formas de comunicación, de acuerdo al mercado-objetivo. Es decir, no existe una combinación única; todo depende de la naturaleza de la

empresa, del producto mismo o, inclusive, del tipo de cliente.

Es preciso destacar que, debido a la abstracción de los conceptos, resulta difícil delimitar con absoluta claridad las fronteras entre el producto, el precio, la comunicación, la distribución y los servicios. De hecho, varias partes de la mixtura, como la marca, por ejemplo, están entre el límite del producto y la promoción; la fuerza de ventas y las nuevas tecnologías como el Internet y el telemarketing crean nuevas posibilidades de comunicación y distribución. Mayor imprecisión existe con relación al servicio; éste se da antes de la venta, con la venta y en la post-venta. De cualquier modo, estas decisiones y acciones, analizadas desagregadamente en las siguientes páginas, conforman el marketing operativo y se constituyen en los medios con los cuales la empresa resuelve los problemas de los compradores, agregando valor y satisfacción.

3.2 Decisiones sobre el Producto/Servicio

En términos generales, *producto* es todo lo que pueda ser mercadeado. Está conformado por un conjunto de elementos tangibles e intangibles, como son el producto básico, la marca, el empaque, la etiqueta, la calidad y los servicios de apoyo que en un todo armónico contribuyen a satisfacer las necesidades y las expectativas del comprador.

Los productos pueden ser bienes físicos, como bebidas, lavadoras, automóviles, comestibles; o bienes intangibles, como servicios de peluquería, auto-lavados, agencias de viajes, asesorías profesionales. Los artistas y los candidatos presidenciales también hacen uso de técnicas de marketing; un lugar turístico, como el estado Mérida, igualmente se mercadea.

La elección de los productos o servicios influye en los demás componentes del programa de marketing de la compañía y tiene significativas implicaciones para otras áreas funcionales de la

empresa, tales como Finanzas, Producción y Recursos Humanos. Sin duda alguna, representa una alternativa con la cual la organización espera resolver el problema que acusa el consumidor.

Al decidir sobre los componentes que se adicionan al producto básico, como la marca, el envase, el logo y los colores, la empresa está creando medios para posicionarse en la mente del comprador y, al mismo tiempo, modos para facilitar y minimizar los esfuerzos que realiza el individuo en sus procesos de búsqueda de información, de evaluación de alternativas y de la compra propiamente dicha. Imagine por un momento que usted acude a un supermercado y se topa con productos cuyos envases no tienen identificación ni distinción alguna; indudablemente, el tiempo y el esfuerzo que normalmente dedicaría para la compra de comestibles se duplicaría y las consecuencias serían, seguramente, bastante desagradables, pues estaría obligado a oler, degustar y/o probar cada artículo a adquirir. Es verdad que el uso constante de un producto hace innecesarias algunas de estas consideraciones, pero no es menos cierto que estos componentes cumplen un importante papel en los procesos de fidelización. Del mismo modo, decisiones en cuanto a servicios de apoyo y líneas de productos, pueden verse como una colección de beneficios que ofrecen las compañías a los clientes.

En realidad, al desear el consumidor resolver un problema, más que automóviles, relojes o vendedores, compra el servicio inherente al bien (tangibles o intangibles) que le permite subsanar ese problema; es decir, necesita movilizarse, conocer la hora, reforzar su auto-imagen, etc., sin dejar de lado las asociaciones simbólicas que se generan al usar algunos productos, las que en sí mismas son parte del problema a resolver, todo lo cual se traduce en valor.

Bajo esta perspectiva, la satisfacción del consumidor comienza con el producto-servicio y la empresa organiza, en torno a éste, su estrategia

de mercadeo. De esta manera, *los elementos integrantes del producto forman un mix para entregar valor*, haciendo la vida más fácil y grata al consumidor. Esta idea se comparte con Rosabeth Moss Kanter, citada por De Bono (1993) cuando apunta que *todos los productos son modos de prestar un servicio* (p. 38).

3.3 Decisiones sobre Distribución

La distribución, entendida como el conjunto de actividades, organizaciones y personas que hacen posible que el bien llegue al consumidor final o al usuario organizacional, representa una decisión estratégica de trascendencia, pues compromete a la empresa a largo plazo. Es una de las decisiones de mayor alcance, por cuanto una compañía puede cambiar sus precios, su publicidad e incluso modificar su línea de productos, pero no resulta fácil cambiar sus canales de distribución.

Por otra parte, de poco sirven excelentes productos, equipos de ventas eficaces o una comunicación muy efectiva, si los flujos de información, logística y servicios de valor agregado generados en la cadena de distribución son deficientes. Por ejemplo, la carencia de un eficiente sistema de distribución impediría colocar en el momento justo y en el lugar adecuado la producción de plátanos de la zona de Santa Bárbara del Estado Zulia.

En tal sentido, la gestión del elemento distribución ha adquirido enorme importancia, pues patentiza el servicio al cliente, al proveer beneficios sustanciales y medibles que el comprador valora en la transacción.

Según Vázquez y Trespalacios (1998, p. 292), al organizar la comercialización de los productos resaltan dos aspectos:

- La dimensión organización, constituida por el conjunto de organizaciones e intermediarios que hacen posible los flujos físicos del producto, los flujos de información y los servicios que agregan valor.

- La dimensión física, es decir, el desplazamiento (y espera) de los productos desde el fabricante al consumidor final.

Las funciones realizadas por las organizaciones, o por quienes cumplen la intermediación, llamados precisamente intermediarios, se pueden agrupar en dos grandes categorías:

- a) Resolución del problema en cuanto al número de transacciones.
- b) Movimiento físico de los productos desde la fábrica hasta los consumidores o usuarios industriales.

Del mismo modo, en los intermediarios descansan otras importantes responsabilidades, al asumir riesgos, financiar operaciones y comprometerse a prestar servicios adicionales.

Dimensión Organización

Esta dimensión incluye decisiones relativas al diseño del canal, uso de los intermediarios, amplitud del canal, selección del canal, control sobre la cadena de distribución, características del mercado, del producto y de la empresa; la estrategia comercial, el análisis de la competencia, las características del entorno, así como los propios objetivos que la empresa pretende alcanzar con la distribución.

Según Kotler (2002), estas decisiones requieren ser evaluadas de acuerdo a criterios económicos, de control y adaptativos. Canales ineficientes, demasiado rígidos o inflexibles significarán contratiempos y mayores costos, máxime cuando cada día aparecen nuevas formas de acercarse al consumidor, como las compras desde el hogar vía Internet o telemarketing. Del mismo modo, el control de la cadena de distribución es fundamental para cuidar la calidad del servicio, porque, aun comprando por Internet, existe toda una logística para hacer llegar el producto a las manos del consumidor o usuario.

Cada una de estas decisiones parte de las necesidades de los clientes y tienen como fin

último crear la infraestructura y las relaciones que, aun cuando no siempre armónicas, procuran prestar un servicio de calidad y proporcionar comodidad y satisfacción.

Dimensión Física

La dimensión física implica actividades, como órdenes de pedidos, almacenamiento, manejo y control de inventarios, traslado físico de los productos, transporte y servicio post-venta, actividades también conocidas como de logística. Asimismo, incluye otros elementos que no por intangibles dejan de ser valorados por los compradores, como son la seriedad en el servicio, la confiabilidad de las entregas y la responsabilidad. Estos aspectos, unidos a la ubicación de los almacenes, *stocks*, condiciones de entrega y, por supuesto, la calidad de los productos, determinan la percepción sobre el servicio recibido y sobre quien lo provee.

Esta importante función era considerada hasta hace poco la 'hermana pobre' de la distribución, encontrándose sus tareas dispersas y sin mayor atención. Afortunadamente, esto tiende a cambiar e implica un continuum de actividades que constituyen servicios al cliente, por cuanto *se traducen en valor cuando el producto o servicio llega hasta las manos del consumidor o es consumido*.

A través de la distribución física se tangibiliza no sólo la utilidad de posesión del bien, sino también la utilidad de tiempo y de lugar. La primera se materializa al poseer el bien el consumidor; la utilidad de tiempo se da a través de la actividad del almacenamiento que hace posible que el producto sea utilizado en el momento justo y en las condiciones y cantidades exigidas por el cliente. Por ejemplo, de poco sirven los tomates verdes si se trata de preparar salsa ketchup. La utilidad de lugar viene dada por la posibilidad de encontrarlos en el punto de venta accesible al comprador.

En consecuencia, al reconocer las distintas actividades de logística, es fácil comprender su

relación directa con actos de servicio al cliente. Ciertamente, a los compradores tal vez les sea indiferente enterarse de cómo fue el proceso del traslado físico del bien, pero sí les interesa la disponibilidad del producto, situación de las órdenes, condiciones en que recibe el producto, rapidez en la entrega y confiabilidad de la misma, dimensiones que, sencillamente, agregan valor y generan satisfacción.

Finalmente, y como apuntan Wheeler y Hirsk (2000): *La función final de los canales es proveer un mercado para servicios que se agregan al producto o servicio básico ofrecido* (p. 45).

3.4 Decisiones sobre Comunicación

Por comunicación se entiende el proceso mediante el cual un individuo transmite estímulos para modificar la conducta de otros. *Uno de sus objetivos básicos es informar al mercado-objetivo sobre la oferta de la empresa*, lo que se traduce en facilidades para el comprador, al conocer la propuesta de la empresa, los lugares de venta, los precios de la misma, etc.

Un estudioso del tema, David Berlo (2000), propuso un modelo del proceso de comunicación generalmente aceptado, cuyos elementos son: el emisor, el receptor, la fuente, los canales y el mensaje, a los que usualmente se agregan la retroalimentación y el ruido.

Al trasladar este modelo a la comunicación comercial, y sin mayores refinamientos, la empresa en su papel de emisor desea informar y persuadir al mercado como receptor de las bondades de su oferta. A su vez, tiene por objeto obtener del mercado una respuesta, que no es otra que la adquisición del bien o servicio, para lo cual utiliza diversos canales por donde fluyen la información o mensaje. La reacción del consumidor sirve de feedback a la empresa, permitiéndole determinar la efectividad de la comunicación. Es de notar que mediante el proceso de retroalimentación, la organización y el mercado se controlan mutua-

mente. El ruido está representado por la cantidad de mensajes enviados por los competidores.

Todo programa comunicacional debe contemplar varios aspectos. En primer lugar, el público-objetivo, es decir, a quién se va a dirigir la comunicación; en función de lo anterior se determinarán los objetivos a alcanzar, *el contenido del mensaje*, o sea, qué se va a decir, cómo se va a decir; *el estilo de ejecución*, *la intensidad de la comunicación*, los medios a utilizar y los aspectos financieros del programa promocional. También deben considerarse los patrones de compra y el grado de involucramiento del consumidor; el tipo de producto y la estrategia promocional a seguir, bien de tipo *push*, dirigida a los intermediarios para empujar los productos a lo largo de la cadena, o de tipo *pull*, que busca atraer a los consumidores finales a los puntos de venta para obligar a los intermediarios a solicitar el producto.

Este programa se expresa a través de un conjunto de medios que en un todo armónico reciben el nombre de *mezcla promocional*⁵. A través de estos medios se suministra información, se atiende a los clientes y se proporciona ayuda a la comunidad.

Venta Personal. Herramienta por excelencia que permite la interacción entre el cliente y la empresa (representada por el vendedor). Incluye todas aquellas actividades que involucran al personal que está en contacto directo con los compradores finales o con los mayoristas y/o minoristas. *Significa atención directa al cliente en sus necesidades y requerimientos* y contribuye, al mismo tiempo, a la retroalimentación del proceso de venta y postventa.

Publicidad. Comunicación pagada por la empresa para *informar*, persuadir y recordar *sobre sus productos, estructura de precios, puntos de distribución o cualquier otro aspecto de interés para el mercado*. Es por sí misma un servicio, el

cual busca proporcionar la mayor información y conocimiento para facilitar los procesos de decisión del consumidor. Está dirigida a grandes masas, por lo que es impersonal; su efectividad resulta difícil de medir por la interferencia de ruidos generados por los competidores.

Promoción de ventas. Representa un conjunto de incentivos diseñados por la empresa para lograr una respuesta inmediata de compra. Como consumidores, todos en algún momento hemos sido objeto de promociones de venta de productos de cosmética, comestibles, etc. Sirve de apoyo a las anteriores, al mismo tiempo que *-también orienta al comprador en sus procesos de compra y de consumo*.

Relaciones Públicas (RRPP). Son actividades realizadas por la empresa a objeto de establecer relaciones con diferentes públicos y, a la vez, fortalecer la imagen de la empresa. Las RRPP, como se les identifica, son en sí mismas portadoras de un gran contenido de servicio, en la medida que *están dirigidas a beneficiar el público-objetivo y a la propia comunidad*. Ejemplos de ello son los programas de Fundación Bigott, Procter & Gamble y Petróleos de Venezuela (PDVSA) con relación al rescate de nuestras tradiciones, las ayudas comunitarias y la protección del ambiente.

Mercadotecnia Directa. En los últimos tiempos, en esta mezcla promocional se incluye la mercadotecnia directa, en la cual la relación entre proveedor y cliente se realiza sin intermediarios, los cuales han sido sustituidos por un catálogo, un periódico, un anuncio y una llamada telefónica para ordenar la operación. *A través de ésta se espera dar una atención personalizada*.

3.5 Decisiones sobre Precios

Este componente de la mezcla de mercadotecnia es vital para la permanencia y éxito de la empresa, por cuanto es el elemento del *mix* que,

⁵Incluye el "direct marketing" o mercadotecnia directa.

por excelencia, a través de las cantidades vendidas proporciona los ingresos necesarios para el funcionamiento y la consecución de los fines de rentabilidad de la empresa. Bajo la perspectiva microeconómica, se entiende al precio “como la expresión en moneda de cambio, o de curso legal, del valor de los bienes y los servicios” (González, 1997, p. 110). Es la concepción del precio como indicador de cantidad de dinero (valor de cambio).

No obstante, el cliente compra la satisfacción de un deseo, compra valor. Por ejemplo, cuando un hombre adquiere una máquina de afeitar no está comprando hojillas sino lo que éstas representan en términos de una afeitada agradable o menos visitas al barbero. Drucker (1997) dice al respecto: *La forma como el cliente pague, depende de lo que tenga más sentido para él. Depende de lo que el producto le proporcione, de cómo se adapta a su realidad, de lo que el cliente entiende por valor* (p. 397). En consecuencia, para la fijación del precio debe considerarse el concepto de valor desde la perspectiva del cliente, el cual viene dado por la utilidad del bien (valor de uso).

En tal contexto, y desde el punto de vista del marketing, para fijar el precio de un producto o un servicio es preciso considerar factores internos y externos a la empresa. Entre los primeros se cuentan los objetivos empresariales, el programa de marketing y los costos de implementar dicho programa. Entre los segundos, la demanda, la cual está influida por el valor percibido por el mercado, es decir, lo que el mercado está dispuesto a pagar, dada su percepción, por los beneficios que le generará el producto, los niveles de precios de los competidores, el marco económico-legal existente, el ciclo de vida de los productos, el clima económico e inclusive los aspectos culturales, como es en América Latina la práctica del regateo y los pagos por debajo de la mesa (Arellano, 1999).

Por tanto, el elemento precio es un potente argumento para determinar la compra; además, se constituye en un orientador de la calidad de los

bienes y servicios cuando no existen otros aspectos que ayuden al consumidor a valorar tales atributos, por lo que se le considera un *componente de importancia en el acto de facilitar los procesos de decisión del comprador*.

3.6 Decisiones sobre Servicio

Este vocablo es lo que en lógica se llama un *término equívoco*, capaz de acoger significados diferentes. Según Riddle (www.altavista.com, agosto 2004) “*Los servicios son actividades económicas que proporcionan utilidad en términos de tiempo, espacio y forma, en tanto que producen un cambio en o para el receptor del servicio*”.

A partir del enfoque que se sigue, en este trabajo se entiende al servicio *como un conjunto de prestaciones realizadas por la organización que, en comunión con los demás componentes de la mixtura, se realizan antes, en el momento y después de la venta del bien, agregando valor e incrementando el nivel de satisfacción del cliente*.

Bajo esta óptica (y sin importar la actividad a la que se dedican), se considera que todas las organizaciones entregan un producto/servicio nuclear y un conjunto de actividades periféricas indispensables para la satisfacción del cliente. Un vuelo en avión tiene como servicio central trasladar al pasajero de un lugar a otro y como prestaciones colaterales la reservación, el boleto, la atención esmerada desde el primer contacto y la confiabilidad de la línea. Una revista ofrece como producto básico la información contenida en el *magazine*, pero se deja acompañar de otros atributos como puntos de venta adecuados a los clientes, servicio a domicilio, descuentos por suscripción anual, entre otros. Es decir, el servicio es un componente de la mezcla que lleva a estrechar relaciones entre proveedor y compradores, lograr clientes satisfechos y lealtad a la marca y/o a la empresa, generando alto valor agregado.

En la provisión de servicios de calidad juegan un papel importante los procesos, la tecnología y

las personas. Con relación a los procesos y a la tecnología, ocupan un lugar de primer orden para la prestación de un servicio de calidad, aunque es de reconocer que contar con éstos no significa, necesariamente, un seguro para ofrecer servicios con la calidad que exige el usuario. Respecto a las personas, el talento humano, y en especial el personal de cara al cliente, desempeña un papel determinante para proporcionar servicios con calidad y eficiencia. También influye el grado de compromiso de los empleados internos, de la delegación de autoridad y, en fin, de la cultura hacia el servicio que practique la organización.

Albrecht y Bradford (1998), al analizar los siete pecados del servicio, denotan situaciones en las que se trata a los clientes con apatía y con evasivas, se les desaira, se les somete a un trato frío, se les atiende con aires de superioridad o simplemente actuando como robots. Estos comportamientos son inherentes a las personas que atienden directamente al cliente, por lo cual es de reconocer que nada sustituye a las relaciones humanas (y a la comunicación) como base para un servicio de calidad.

De manera que, el elemento servicio dentro de la mezcla, es un *componente integrador*, pues está presente en todo el proceso mercadotécnico y constituye, junto al producto, el precio, la comunicación y la distribución, los medios que la empresa, sobre todo la orientada hacia el mercado, utiliza para proporcionar satisfacción y bienestar a los consumidores.

4. Conclusiones

El marketing puede ser visto desde diferentes ópticas, siendo una de éstas la sustentada en este trabajo, es decir, como una herramienta para servir a los mercados, toda vez que a partir del estudio y comprensión de las necesidades y deseos del consumidor, la empresa acomete acciones estratégicas y operativas dirigidas a proporcionar beneficios que agregan valor desde el momento

mismo en que se inicia la relación. Desde esta perspectiva, el conjunto de variables que conforman la mezcla de mercadotecnia, representa medios para resolver los problemas que enfrenta el consumidor en sus procesos de compra y de consumo, proporcionando beneficios tangibles e intangibles, generando bienestar y haciendo más cómoda y placentera la cotidianidad de los individuos en su papel de compradores o usuarios.

Al desagregar el análisis, se denota que la satisfacción del consumidor comienza con el producto-servicio, integrado por un conjunto de elementos, como el producto básico, la marca, el empaque, la línea de productos y los servicios complementarios; este *mix* constituye en sí mismo una manera de servir al cliente, pues es pensado y dirigido con el propósito de atender y satisfacer a los mercados-objetivo, generar beneficios y facilitar sus procesos de compra.

Con respecto al componente distribución, resulta fácil relacionarlo con servicio al cliente, por cuanto, si bien es cierto que a éste no le interesa cómo fue el proceso del traslado físico del bien, sí le interesa su disponibilidad, situación de las órdenes, condiciones en que se recibe el bien, entre otros aspectos. En consecuencia, la actividad de distribución es un servicio más que se agrega al producto-servicio ofrecido.

En cuanto a la comunicación, constituye otro elemento de la mezcla cuyas actividades proporcionan intrínsecamente un servicio, toda vez que uno de sus objetivos básicos es informar, bien de manera personal o impersonal, al mercado objetivo sobre la oferta de la empresa, su promesa básica, atributos del producto y lugares de compra.

Con relación al precio, es vital para la permanencia y rentabilidad de la empresa, por cuanto es el elemento de la mezcla que, por excelencia, a través de las ventas provee los ingresos que la empresa requiere para su funcionamiento y consecución de utilidades. Además, es un potente argumento para determinar la compra y un orienta-

dor de la calidad de los bienes y servicios cuando no existen otros aspectos que ayuden al consumidor a valorar tales atributos, por lo que se le considera un componente de importancia en el acto de facilitar los procesos de decisión del comprador.

Finalmente, el servicio como elemento integrador está constituido por el conjunto de beneficios que, en comunión con los demás componentes de la mixtura, añaden valor desde el momento en que se inicia la relación con el cliente hasta que se desecha el producto y se decide la recompra.

En suma, todo se traduce en valor y beneficios tangibles e intangibles, constructos que llevan a sustentar el argumento de considerar al *mix de marketing* como una valiosa herramienta para servir a los clientes.

Referencias bibliográficas

- Albercht Karl y Bradford L. (1998), **La excelencia del servicio**, 3R Editores, México.
- Arellano, Rolando (1999), **Marketing. Enfoque para América Latina**. Prentice Hall, México.
- Berlo, David (2000), **El proceso de la comunicación, Introducción a la teoría y a la práctica**. Editorial El Ateneo, Buenos Aires.
- De Bono, Edward (1993), **Más allá de la competencia. La creación de nuevos valores y objetivos de la empresa**. Editorial Paidós, España.
- Dobb, Maurice (1990), **Teoría del valor y de la distribución desde Adam Smith. Ideología y teoría económica**, Siglo Veintiuno Editores, Argentina.
- Drucker, Peter (1997), **La innovación y el empresario innovador. La práctica y los principios**, Editorial Apóstrofe, España.
- González, Lucio (1997), **Marketing competitivo. Marketing de Servicios y Profesionales. Estrategias**. Editorial Belgrano, Argentina.
- Lambin, Jean J. (1995), **Marketing Estratégico**, McGraw-Hill, España.
- Kotler, Philip, (2002), **Mercadotecnia**, Prentice Hall, México.
- Peñaloza, Marlene (2002), «El Marketing como Filosofía de Servicio» en **Revista Actualidad Contable**, n 5, Mérida, Venezuela.
- Perdices De Blas, Luis (editor) (2003), **Historia del Pensamiento Económico**, Editorial Síntesis, España.
- Vásquez Rodolfo y Trespalacios J. (1998), **Marketing: estrategias y aplicaciones sectoriales**, Editorial Civitas, España.
- Wheeler, Steve y Hirsch, E. (2000), **Los canales de distribución**, Booz-Allen & Hamilton, Bogotá.
- www.altavista.com en Concepto de servicio, agosto 2004.

Política Científica Venezolana y su Influencia en las Universidades: Caso LUZ

Suárez, Wendolin
Pereira de H., Lilia

Wendolin Suárez

Licenciada en Administración.
Cursante de la Maestría en
Gerencia Pública. Postgrado de
Economía FCES-LUZ.
Becaria Académica FCES-LUZ

Recibido: 09-12-04
Revisado: 21-02-05
Aceptado: 17-03-05

Lilia Pereira de Homes

Licenciada en Administración.
Especialista en Gerencia de
Recursos Humanos.
M.Sc. en Educación Abierta y a Distancia.
Dra. en Ciencias, Mención Gerencia.
Profesora Titular FCES-LUZ

El propósito del trabajo es explorar la influencia que ha tenido la política científica del Estado venezolano en la Universidad del Zulia. La metodología utilizada consistió en la revisión normativa y documental. Los resultados que ha tenido la citada política se evidencian fundamentalmente, en el incremento de la productividad científica y del número de investigadores, formación de recursos humanos y apoyo a la difusión del conocimiento generado para lo cual se ha contado con el apoyo del Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la Universidad del Zulia (CONDES). Se concluye que este incremento se ha visto favorecido por las políticas de estímulo a la investigación desde el Estado venezolano y la toma de conciencia de los académicos respecto a los beneficios individuales e institucionales, prestigio y reconocimiento que reciben. En lo que se refiere al uso del conocimiento producido los avances son pocos por la imprecisión de mecanismos que permitan establecer vinculaciones entre las universidades y el sector externo.

Palabras Clave: Política científica, Estado venezolano, Universidad del Zulia.

RESUMEN

The purpose of this study was to analyze the influence of the Venezuelan scientific policy in the University of Zulia (LUZ). The methodology used during this investigation comprises the review of the current regulations and documentation. The results of such policies are reflected by the increment on the scientific productivity and the number of researchers. In addition, these policies have helped on the improvement of human resources and the distribution of the knowledge generated with the support of the Board of Scientific and Humanistic Development of the University of Zulia (CONDES). Based on observations made during this study, it can be concluded that the increment in such scientific activities have been favored by the incentive of the State's policy to promote research, and also to the increment in awareness of the faculty members with regard to the individual and institutional benefits gained by the scientific activities. However, the application of these new scientific products is limited because of the lack of connection between the universities and the external sector.

Keywords: Scientific policies, Venezuela (Government), University of Zulia (LUZ)

ABSTRACT

1. Introducción

La creciente complejidad de la sociedad de finales del siglo XX y principios del XXI, ha provocado que el conocimiento ocupe un lugar estratégico como recurso valioso más allá de los bienes de capital. En este contexto, la universidad tiene un papel fundamental en la producción, difusión y uso del conocimiento, permitiendo el avance científico y tecnológico.

En tal sentido, sostiene García (1995:16) que el saber no puede ser concebido solamente como un fenómeno altruista, donde la verdad es su principal objetivo, sino que el conocimiento representa una fuente de poder y, como tal, un instrumento importante para aumentar tanto el poder individual como el de los grupos sociales y el de las naciones. Ello explica el porqué después de la Segunda Guerra Mundial se comienzan a promover en EEUU, desde el Estado, políticas destinadas al desarrollo de la actividad científica y tecnológica, a través del proyecto Manhattan (1941-1945). De acuerdo con Mercado et al. (2002:7), la difusión de ese modelo público de intervención fue propiciada por la UNESCO desde 1948, procurando entonces una caracterización y organización de esta actividad, a fin de generar mecanismos de intervención y estímulo apropiados para su desarrollo. A partir de ese precedente, los diferentes países han propiciado políticas de Estado dirigidas a promover el desarrollo científico y tecnológico.

Por esta razón, la investigación que se realiza mayormente en las universidades, adquiere notable significación en el desarrollo cultural, económico y social de las naciones. En este sentido, la UNESCO (1998) plantea que sin el concurso de instituciones de educación superior e investigaciones adecuadas que formen una masa crítica de personas calificadas y cultas, ningún país podrá garantizar un auténtico desarrollo endógeno y sostenible. Los países en desarrollo y los países pobres, en particular, no podrán acortar la distancia que los separa de los desarrollados e

industrializados. Así mismo, plantea que la investigación científica y sus aplicaciones pueden tener repercusiones considerables con vista al crecimiento económico y al desarrollo humano y sostenible. El futuro de la humanidad dependerá más que nunca de la producción, difusión y utilización equitativas del saber (UNESCO, 1999).

Ante un panorama de continuas presiones que recibe el Estado venezolano desde organismos internacionales y países con conocimiento hegemónico, se imponen nuevos desafíos para la promoción de una política en ciencia y tecnología con influencia en las universidades, las cuales juegan un papel fundamental, dada la misión que están llamadas a cumplir en la sociedad.

El término *política*, como bien lo expresa Subirats (1989), es un fenómeno de carácter polisémico, dada la diversidad de conceptualizaciones que existen al respecto; asimismo, la definición de *ciencia* ha sido debatida a través del tiempo por diversos autores, coincidiendo en el hecho de que ella implica un proceso intencional y sistemático de producción de conocimiento (Morles, 1992). Atendiendo a estas consideraciones, la política científica va a ser entendida como las decisiones, procesos y resultados dirigidos a la producción, difusión y uso del conocimiento científico.

El presente trabajo se inicia con un recorrido por algunos rasgos que identifican el papel del Estado venezolano en la promoción de la actividad científica y tecnológica en el país, desde sus inicios, a mediados de siglo XX, hasta la actualidad. Seguidamente, se explican aquellas políticas del Estado consideradas como de mayor impacto en la realidad de la política científica universitaria, y específicamente en LUZ; a saber: el sistema de promoción al investigador, iniciado a principios de la década de los noventa, y la conformación de un sistema nacional de innovación, desde finales de dicha década; ambas políticas continúan teniendo profundas repercusiones en la actualidad.

2. Papel del Estado en la política científica

En América Latina, el Estado ha jugado un papel protagónico en la formulación de la política científica. Su intervención se empieza a visualizar a partir de la construcción de organismos internacionales a escala mundial, en búsqueda de la recuperación social y económica de la posguerra¹ y que dieran lugar a la creación, en 1948, de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), organismo especializado en la economía latinoamericana, cuya propuesta fue impulsar políticas de sustitución de importaciones, a partir de una activa intervención del Estado para regular el funcionamiento de la economía.

En este marco, los países de la región influidos por los lineamientos de estos organismos comenzaron a abrir el campo de la política científica y tecnológica, creando, a partir de la década de los cincuentas, instituciones destinadas a la política, planeamiento y promoción de la ciencia y la tecnología, que en el caso venezolano daría lugar a la Asociación Venezolana para el Avance de la Ciencia (AsoVAC), institución conformada por un reducido grupo de investigadores provenientes de las universidades.

Para Levy (1998:2), en este escenario la comunidad académica y científica de la región promovió enfáticamente la política pública de ciencia y tecnología, tanto en las universidades como en el gobierno, convirtiendo a la universidad en la pieza central de la política científica nacional, espacio privilegiado, en el cual esa política parecía aplicarse explícitamente.

Con el advenimiento de la democracia, a finales de los cincuentas, según López (1996) comienzan a promoverse, en el plano educativo, reformas tecnocráticas que buscaban colocar a la enseñanza en función de satisfacer las necesidades del entonces nuevo modelo de sustitución de

importaciones. Se aprueba una nueva Ley de Universidades, a través de la cual se crean los Consejos de Desarrollo Científico y Humanístico en las universidades venezolanas; se da inicio a programas de becas y creación de centros e institutos de investigación, política que se mantendría aún en la década de los setentas.

El citado modelo, asociado a las ideas de desarrollo planteadas por la CEPAL, fue asumido por los países latinoamericanos como un proceso modernizador, caracterizado por un alto intervencionismo del Estado. De acuerdo con Esté (1998:33), ese modelo permitió una significativa ampliación de las oportunidades educativas, dado el creciente proceso de urbanización y el notorio crecimiento de los servicios y de la burocracia estatal, que exigía nuevas y mayores demandas de personal calificado.

No obstante, el Estado carecía de una política explícita en materia de ciencia y tecnología, y es en los sesentas cuando se observa una acción estatal sistemática, con la creación del Consejo de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICIT), cuando se comienza a reconocer el papel del conocimiento científico como fuerza de desarrollo.

La época de bonanza petrolera vivida en las décadas de los 60s y 70s, permitió al Estado realizar importantes inversiones encaminadas al desarrollo de la actividad científica. Según Montilla (1990:08), en esas décadas la investigación científica venezolana vive su mejor momento, con importantes avances en la construcción de infraestructura, dotación de equipos, fortalecimiento de bibliotecas y formación de recursos humanos, hasta el cuarto nivel, en prestigiosas universidades de diversos países.

Las universidades, espacios donde se realiza la mayor parte de la investigación científica en

¹Tal es el caso del Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial (BM), la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización de Estados Americanos (OEA).

Venezuela, se vieron beneficiadas económicamente con asignaciones presupuestarias incrementales. A su vez, las instituciones se manejaron discrecionalmente, sin mayores exigencias de justificación pública de sus rendimientos, en una relación Estado-Universidad denominada por Brunner, en Lovera (2001:101), "benevolente".

En este sentido, las inversiones en ciencia y tecnología desde el Estado, permitieron que la investigación alcanzara en los 80s un nivel importante de institucionalización. No obstante, en esa misma década las universidades se debaten entre la crisis económica producto de la caída del modelo de sustitución de importaciones y la masificación estudiantil, lo que, a juicio de Esté (1998:32), va a profundizar las contradicciones entre los modos de organización y funcionamiento de la educación superior y las nuevas exigencias que los sectores hegemónicos y otras fuerzas sociales plantean.

Señala Montilla (1990) que en este período se debilitan los programas de apoyo al sector de ciencia y tecnología, evidenciado en la reducción del valor real del presupuesto para las universidades; el deterioro del salario real de los investigadores; la no incorporación de nuevos investigadores; la desatención a los institutos y centros de investigación, señal de la ausencia de una política de Estado que reconociera el papel de las universidades y del sector científico y tecnológico para sustentar y dar solidez a los procesos de desarrollo. Algunas de las consecuencias son el deterioro de los laboratorios, la merma de las colecciones de revistas científicas en las bibliotecas y la restricción para la asistencia a eventos científicos.

Según Yero (1991:8), este contexto impulsó procesos que definen una nueva etapa de la investigación, para pasar de populista-estatista-rentista a utilitaria-selectiva-competitiva-rentable-privatizada, y, por otra parte, sostiene Esté (1998:37), se suplanta la concepción humanista-liberal de la educación por una percepción de

alcance eficientista-productivista. Es decir, tiene prioridad una investigación dirigida a la solución de problemas que se consideran urgentes y concretos, así como también una formación profesional encaminada a cubrir las demandas del sector productivo y las distintas demandas del sistema socioeconómico.

En los 90s se profundiza la crisis en la comunidad científica venezolana y en la sociedad en general. Para Mercado et al. (2002:14), la década se caracterizó por la desregulación económica y severas crisis de las economías en desarrollo. En la política científica, tecnológica e industrial se acentúa la orientación hacia la innovación y surgen nuevos mecanismos de apoyo que consideran la participación de organismos multilaterales en el área de financiamiento. En este contexto, desde la CEPAL y la UNESCO surge la propuesta de "Educación y conocimiento: Eje de la transformación productiva con equidad" (1992), en la cual se alude a la competitividad a través del conocimiento y la transformación educativa como factor fundamental para desarrollar la capacidad de innovación y el desarrollo, en sintonía con las exigencias contemporáneas hacia la interacción entre ciencia, tecnología y su aplicación a las actividades productivas.

Desde finales de la década de los noventa, el acento de la política científica del Estado venezolano se ha puesto en la innovación, una investigación orientada hacia los problemas considerados prioritarios para el país, con el propósito de superar la visión de Sector de Ciencia y Tecnología, a través de la conformación de un Sistema Nacional de Innovación, el cual involucra a una pluralidad de actores, constituidos por el Gobierno, las empresas, las universidades y las comunidades.

Una comunidad científica formada con cierta infraestructura, es el legado que ha dejado el apoyo por más de cuarenta años a la investigación; no obstante, la crisis económica sigue siendo una traba para acometer los cambios; a ello se

adiciona el hecho de que en general las instituciones públicas son todavía burocratizadas y no del todo eficientes. Según Genatios y Lafuente (2004:81), nuevos instrumentos e instituciones han sido creados, pero resta consolidar su funcionamiento con eficiente capacidad administrativa para que rindan el servicio esperado.

En definitiva, la situación económica vivida desde finales de los ochentas y cuyos embates son hoy aún más palpables, imprimen cambios en el modelo económico dirigido hacia una economía de mercado que sigue las tendencias mundiales neoliberales. La paradoja de este modelo reside en la necesidad impostergable de hacer inversiones en infraestructura, centros de investigación y formación de recursos humanos de alto nivel; pese a ello, se produce una reducción relativa de recursos económicos, materiales y humanos asignados a las universidades.

No puede soslayarse que la política científica del Estado venezolano recibe una fuerte influencia de los organismos internacionales, los cuales, según Alcántara (S/F), tienen gran poder de coerción sobre las naciones que requieren financiamiento, condicionando además las agendas de investigación, recolección, interpretación de datos, talleres, conferencias, recomendaciones, consultorías, entre otros; lo que se traduce en presiones del Estado hacia las universidades, fundamentalmente en cuanto al financiamiento, reforma mediante la evaluación, acreditación y rendición de cuentas. Por su parte, la comunidad científica, en palabras de Ávalos (1999), se “apropia” de la política científica, penetrando y estableciéndose en aquellas partes del aparato estatal que más directamente afectan sus intereses.

3. Política científica y su influencia en LUZ

Desde su creación en 1967, el CONICIT ha formulado una serie de políticas con el propósito de estructurar la ciencia y la tecnología de acuerdo

con las necesidades y demandas que el entorno y la sociedad requieren. Para entonces, su misión fue “promover el desarrollo de la ciencia y la tecnología en Venezuela y asesorar en esta materia a los órganos superiores del poder público nacional” (Congreso de la República, 1967: Art1).

En esa época se buscaba la creación de capacidades científicas, razón por la cual diversos países latinoamericanos, incluso desde la década anterior, comenzaron a crear y consolidar Consejos Nacionales de Investigaciones Científicas y Tecnológicas. Según Mari (1982:13), estos organismos son instrumentos de los gobiernos para coordinar y fomentar la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en campos prioritarios para el desarrollo global de estos países.

El proyecto de conformación y coordinación de la ciencia y la tecnología se formuló bajo un modelo lineal que propugnaba la creación de infraestructura y la promoción de la oferta en ciencia, fundamentalmente a través de la investigación básica, de la cual se desprenderían por añadidura las aplicaciones tecnológicas. Este modelo encajaba con el necesario desarrollo de una comunidad científica; pero posteriormente fue cuestionado por la escasa o nula respuesta a la problemática social y las influencias del entorno.

En cuanto al papel del CONICIT y su contribución al desarrollo de la actividad científica y tecnológica de Venezuela, señala Ávalos (1999:80) que esta institución es responsable de la creación y desarrollo de infraestructura, formación de investigadores, desarrollo de postgrados, publicación de revistas científicas, introducción de la telemática e implantación de una institucionalidad. Introdujo, además, elementos determinantes para la profesionalización del científico, la evaluación por méritos y, en definitiva, formó parte del proyecto modernizante de la élite venezolana.

No obstante, Vessuri (1996) califica su actuación como débil en cuanto a la elaboración de

políticas públicas del Estado en materia de ciencia y tecnología. Ellas abarcaban una amplia gama de actividades difíciles de cumplir y que, de hecho, escaparon de su control, en cuanto al fomento y coordinación de los entes de ciencia y tecnología y la planificación para las diversas regiones del país. La autora sostiene que esta instancia se convirtió en caja chica de los científicos y no en un organismo del Estado en negociación con los científicos.

Con el propósito de contrarrestar esta tendencia, se crea en 1999 el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MCT) que promueve y coordina el Sistema Nacional de Innovación y asume las funciones rectoras de coordinación y planificación asignadas antes al CONICIT -ahora convertido en Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT)- constituyéndose este último en un organismo ejecutor y financiador de las políticas definidas desde el MCT. Entre las políticas que han tenido mayor impacto en las universidades, se encuentran el Programa de Promoción al Investigador y la creación del Sistema Nacional de Innovación.

3.1. El Programa de Promoción al Investigador (PPI)

Como resultado de una serie de presiones en la década de los ochentas, provenientes de la sociedad, para que la comunidad científica rindiera cuentas de sus actividades, y al mismo tiempo, desde el medio académico para ganar reconocimiento, se crea el PPI en 1990, con la finalidad de promover la actividad científica y tecnológica del país y, en función de ello, favorecer el mantenimiento de la calidad, la permanencia y el incremento del número de investigadores activos,

estimular la eficiencia y calidad de los productos de investigación en las instituciones de educación superior, mantener activos aquellos investigadores que lo deseen para aprovechar su experiencia, integrar y actualizar los sistemas de información científica y tecnológica por disciplina (FVPI, 2003).

La iniciativa fue impulsada por un grupo conformado por la AsoVAC, la Asociación para la Investigación Universitaria de la Universidad Central de Venezuela, la Asociación de investigadores del Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC) y la Sociedad Galileana de la Universidad Simón Bolívar. La idea es asumida por el CONICIT, adaptando los lineamientos de una experiencia previa adelantada en México. Los niveles que contemplaba inicialmente el programa (1990) eran cuatro²: candidato, nivel I, II y III; la evaluación por pares y los criterios de valoración están relacionados con la productividad del profesor sobre la base del número de publicaciones en revistas arbitradas nacionales e internacionales de reconocido prestigio, organización de eventos, contribución a la formación de recursos humanos calificados, participación en actividades de planificación de desarrollo de ciencia y tecnología, entre otros.

Este programa permitió atraer jóvenes con alta formación académica e incentivar a los investigadores activos a permanecer en el país favoreciendo el incremento de la productividad científica. Es decir, con ello se intentaba también aumentar la cantidad de personas dedicadas a la investigación y, por otra parte, detener la fuga de cerebros de personal altamente especializado que emigraba a otras latitudes en búsqueda del reconocimiento de su talento, cuestión que no ha podido evitarse,

²Según el reglamento del PPI (1990) estos niveles son: *Candidato*, dirigido a los investigadores más jóvenes, (35 años) con estudios de Maestría o Doctorado; *nivel I*, para los investigadores con título de Doctor y con capacidad de efectuar investigaciones originales sin supervisión directa; *nivel II*, además de los requisitos anteriores deberá haber hecho una contribución significativa a la ciencia o tecnología, tener una conocida trayectoria y ser capaz de hacer aportes a la formación de especialistas. Y, finalmente, *el nivel III*, en el que, además de los anteriores, el investigador deberá haber demostrado capacidad de liderazgo en investigación, haber contribuido de forma importante al conocimiento y haber obtenido reconocimiento nacional e internacional que lo acredite como experto en su campo.

dada la profunda crisis económica y el deterioro real de las remuneraciones que reciben.

Desde mediados de la década de los noventa, los criterios empleados para admitir a los investigadores se han flexibilizado al eliminar la edad límite de 35 años para la incorporación al nivel candidato y permitir el ingreso a personas sin maestría, siempre y cuando tengan una productividad excepcional. Otro de los cambios fue la distinción que se otorgó a los investigadores eméritos que hubiesen contribuido a la aplicación del conocimiento y a la formación de recursos humanos, política que posteriormente fue eliminada.

Finalmente, uno de los cambios de mayor repercusión fue la valoración que se le otorgó a las publicaciones en revistas nacionales. Hasta finales de esta década, el CONICIT consideraba como criterio para ingresar al PPI la productividad del investigador medida en trabajos publicados en revistas extranjeras o nacionales de impacto internacional. De acuerdo con López y Ochoa (1998:126), en las extranjeras los trabajos de investigación sobre lo nacional tienen limitaciones, de tal manera que está implícita una orientación de la investigación más hacia lo universal que hacia lo local. La ubicación en el nivel II tenía como requisito haber publicado en revistas internacionales y para el nivel III aparecer citado en el Science Citation Index (SCI)³. Al respecto señalan Martínez y Albornoz (1998:14) que la utilización de índices bibliométricos de este tipo para evaluar la productividad científica de los investigadores, resulta cuestionable porque no se adecuan a las condiciones particulares de nuestros países. Cabe preguntarse entonces, por qué aún se utilizan dentro de los indicadores sobre publicaciones científicas del MCT sólo aquellas que aparecen en el SCI⁴.

Sin embargo, para ingresar o ascender dentro del programa, son válidas las publicaciones realizadas en revistas nacionales que aparecen en otros índices diferentes al SCI, apertura que ha permitido dar a conocer en mayor cuantía los resultados de las investigaciones y promover el uso de los conocimientos producidos de acuerdo a las necesidades particulares de nuestro país.

Con el nuevo reglamento (2002) se crea el nivel IV, cuyo objetivo es incentivar a los líderes de investigación a permanecer en el programa, promover su productividad científica y contribuir a la formación de investigadores noveles, cuyo número ha crecido significativamente a partir de los cambios propiciados en la política de promoción al investigador, los cuales han conllevado hacia una mayor consolidación del programa.

Cabe destacar que este programa ha recibido críticas por parte de los investigadores, aduciendo principalmente precariedad en la remuneración y rigidez en los criterios de evaluación y ascenso entre los niveles. No obstante, según Vessuri (1998) y Parra (2001), existe una actitud positiva hacia el programa respecto al reconocimiento de su impacto en el desarrollo de la investigación, a la creación de grupos de investigadores, al auge de las publicaciones científicas y al reconocimiento del investigador por sus méritos.

Por otra parte, la política del PPI ha influido en las universidades nacionales, al romper con el problema de la homologación salarial del personal académico, que retribuye por igual tanto al productivo como al que no lo es. Se introduce entonces la evaluación externa por pares, la cual no había sido aceptada por los académicos por considerarla una intromisión.

Otro reconocimiento a la productividad del personal académico, surgido a partir del PPI e

³Science Citation Index (SCI), producido por el Institute for Scientific Information (ISI), es uno de los indicadores bibliométricos más utilizados para la medición del producto de la investigación científica.

⁴Véase: Observatorio de Ciencia, Tecnología e Innovación (2003). *Indicadores de Ciencia, Tecnología e Innovación*. República Bolivariana de Venezuela, Ministerio de Ciencia y Tecnología.

iniciado en 1992 por el gremio de los profesores universitarios, es la denominada Comisión para el Beneficio Académico (CONABA), creada con la finalidad de premiar fundamentalmente la actividad docente. También al interior de las universidades surgieron premios y reconocimientos. En el caso de LUZ, se creó en 1992 el premio «Francisco Eugenio Bustamante», otorgado anualmente por el CONDES y destinado a los investigadores activos calificados por LUZ para recibir este premio, así como también a los profesores de LUZ acreditados por el PPI.

Conviene precisar que el número de PPI es uno de los criterios adoptados por el CNU para efectos de la asignación presupuestaria anual entre las universidades. En este sentido, destaca Parra (2001:13) que las instituciones han entrado en una competencia no declarada oficialmente en cuanto al número de profesores adscritos al programa, lo que las ha llevado a promoverlo por distintas vías.

Producto de políticas de estímulo a la productividad científica desde el gobierno nacional y desde la institución, a través del CONDES, se observa un

crecimiento considerable en cuanto a la cifra de investigadores de LUZ acreditados por el PPI, lo que demuestra que cada vez más los profesores están interesados en incorporarse a la actividad científica.

El aumento del número de investigadores acreditados por el PPI, se debe en buena parte al impulso que ha dado el CONDES a la política de difusión de la investigación que financia, reflejada en las normas de operación⁵ en las cuales se exige como medida de control que el investigador esté activo y tenga al menos un artículo publicado en los últimos dos años, a la fecha de solicitud del financiamiento. No obstante, cabe recalcar que las referidas normas, a juicio de López y Ochoa (1998:127), ignoran totalmente los criterios establecidos en el Reglamento General de Investigación de LUZ vigente (1996), cuya orientación es hacia la solución de los requerimientos internos. De tal manera que la investigación en LUZ, al igual que en otras instituciones nacionales, se ve influenciada por la dinámica internacional sobre la cual se levanta la exigencia de la productividad científica.

Tabla N° 1

Número de investigadores de LUZ acreditados por el PPI por nivel durante el período 1995-2004

NIVEL	AÑO	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004*
Candidato		31	51	51	59	62	76	101	173	234	304
Nivel I		93	94	108	144	156	205	267	274	268	327
Nivel II		11	13	17	19	20	26	29	88	113	137
Nivel III		03	05	05	05	06	07	07	27	35	37
Nivel IV (a partir de 2002)		-	-	-	-	-	-	-	05	10	12
TOTAL		138	163	181	227	244	314	404	567	660	817

Fuente: Memoria y Cuenta CONDES 1995-2003

* Datos obtenidos de Registros CONDES para elaboración de Memoria y Cuenta 2004

⁵Las normas de operación del CONDES aprobadas en la Comisión Conjunta del 3-6-94, dirigidas a orientar los financiamientos, garantizar la productividad científica y proyectar a LUZ nacional e internacionalmente.

De igual forma, los criterios de pertinencia y factibilidad de los programas y proyectos de investigación financiados por el CONDES se incorporan al final de la década de los noventas, atendiendo los esquemas del CONICIT. Sus condicionamientos también se hacen presentes en el impulso al fortalecimiento de grupos de investigación, aumento de la productividad científica y apoyo en la formación de recursos humanos en investigación.

En síntesis, a pesar de las restricciones presupuestarias en las universidades nacionales, se ha observado un incremento en el número de los profesores acreditados por el PPI, influido por diversos factores, entre ellos: la política de difusión del programa desde el CONICIT, cuyo impacto se hace más evidente desde mediados de la década de los noventas; la flexibilidad en algunos criterios antes señalados y la toma de conciencia por parte de los académicos de los beneficios individuales e institucionales que se generan, aunado al prestigio que se adquiere y la competitividad entre las instituciones.

4.2. Sistema Nacional de Innovación (SNI)

Desde finales de los ochentas y principio de los noventas, comienza a gestarse un proceso de cambio en materia de ciencia y tecnología en el país, que influye significativamente en el inicio de la transformación del CONICIT, que buscaba, según Ávalos (1999), cuatro objetivos: 1) Ampliar el impacto en cuanto a instituciones a nivel nacional y en cuanto a su relación con el sector privado; 2) Lograr un mayor cruce entre disciplinas científicas y entre actores y recursos; 3) Introducir criterios de valoración adicionales al de excelencia académica y el abordaje de nuevos temas y problemas a través de las agendas de investigación y 4) Mejorar su funcionamiento en cuanto a clima organizacional, toma de decisiones, transparencia, entre otros.

El objetivo final de este proceso de cambio

llevado a la práctica a partir de 1995, es moldear la institución de acuerdo con las nuevas exigencias de una sociedad que valora cada vez más el conocimiento y la participación plural de actores. Bajo esta concepción se intenta superar el modelo lineal de los sesentas dirigido al desarrollo de la oferta en ciencias y dar inicio a un modelo de innovación orientado a la demanda de la ciencia.

Se crea entonces el Sistema Nacional de Innovación (SNI), propuesto por Freeman (cit. por Mercado et al., 2002:7) como la red de instituciones públicas y privadas cuyas actividades e interacciones generan, modifican y difunden nuevas tecnologías. Esta nueva concepción supera la noción de sector de ciencia y tecnología para pasar a un sistema que permite la incorporación de un número mayor de actores y revaloriza los elementos locales que inciden sobre el modelo de innovación.

El SNI consta de tres niveles en su organización: el primero, referido al diseño de políticas; el segundo, conformado por organismos de intermediación y promoción de la actividad de ciencia, tecnología e innovación, y, en la base del sistema, el nivel de ejecución, conformado por universidades, centros de investigación públicos y privados y la industria (Presidencia de la República, 2001: Art. 3).

Estos cambios responden a la importancia que se le ha otorgado a la generación, difusión y uso de conocimientos científicos y tecnológicos como factores claves en un nuevo modelo de desarrollo económico y social. En palabras de Álvarez y Rodríguez (2003:21) "La época de gestión sin política, sin metas claras, sin estrategias bien definidas en los escenarios en los que se desarrollan las actividades científicas y tecnológicas se ha agotado". No obstante, consideran que "hay que seguir afinando los nuevos esquemas para el diseño y ejecución de políticas y estrategias que permitan trascender el viejo esquema".

A partir del modelo de innovación se crean las

agendas de investigación, como una metodología de política pública interactiva basada en la concertación de varios actores (Estado, empresas, comunidades organizadas, productores agrícolas, gobiernos regionales, locales, entre otros), con el fin de generar acuerdos en torno a una problemática común, apoyados en la legitimidad y autonomía de los diversos intereses de los participantes y orientados por estilos de negociación participativos; así como, también, generar respuestas a problemáticas sociales y establecer acuerdos de cooperación y cofinanciamiento que aseguren la viabilidad, el monitoreo y el impacto de los resultados (CONICIT, 1999:4). De esta forma se intenta salvar la crítica que se venía haciendo a la institución de no instrumentar mecanismos para vincular los diferentes actores y encaminar esfuerzos mancomunados a través de redes en una serie de áreas prioritarias para el país. Según Ochoa (2003:166), las presiones para que en general se dé prioridad a la investigación aplicada se han intensificado con la creación de las agendas de investigación como estrategia prioritaria de financiamiento.

Ahora bien, con la creación en 1999 del Sistema Nacional de Innovación, se eleva el rango de las agendas de innovación para convertirlas en áreas prioritarias del país⁶, las cuales están influidas en buena medida por los lineamientos de organismos internacionales como el BID y el BM, que otorgan financiamiento al Estado venezolano a través del FONACIT y éste, a su vez, a las universidades con influencia en las áreas de investigación. En LUZ, desde el CONDES, se ha intentado desde finales de la pasada década, definir líneas estratégicas de investigación ubicadas dentro de los temas planteados por las agendas de investigación y que respondan a un tipo de investigación orientada, de acuerdo a lo pautado

por el gobierno nacional a través del FONACIT.

Si bien es cierto que la definición de áreas prioritarias es importante para orientar la investigación hacia la superación de los problemas fundamentales del país, existe el riesgo, de continuar esta tendencia, de volcar recursos y esfuerzos desde las instituciones y desde los investigadores hacia áreas consideradas más importantes por el ente financiador y de mayor posibilidad de financiamiento, en menoscabo de otras que también requieren atención, entre ellas, humanidades, economía, historia.

5. Comentarios Finales

Los diversos cambios que se han producido en el contexto mundial presionan al Estado venezolano a formular una política científica acorde con los requerimientos de la economía; no obstante, en situación similar a otros países latinoamericanos, los cambios en su mayoría se han producido de manera aislada. En muchos casos se producen sólo en lo formal, a través de planes y reglamentaciones, sin instrumentar los medios para llevarlos a la práctica ni concertar la vinculación con el entorno. En este contexto, se ha cuestionado fuertemente el papel de las instituciones y del propio Estado venezolano en el fomento de la ciencia y la tecnología.

Tratando de neutralizar esta tendencia, en los últimos años se ha concebido el Sistema Nacional de Innovación, que implica la formulación de políticas públicas de ciencia, tecnología e innovación con la participación de diversos actores, la definición de áreas prioritarias apoyadas por financiamiento internacional y la flexibilización de las instituciones. El reto que se le plantea a la universidad venezolana es el acoplamiento de su estructura y funcionamiento a estos nuevos condicionamientos.

⁶Tecnologías de información y telecomunicaciones, metalmecánica y metalurgia, energía (petróleo, gas y energías alternativas), biotecnología, agroalimentación, salud, vivienda y hábitat, educación, ambiente y recursos naturales. Véase: Ministerio de Ciencia y Tecnología (2001) *Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación*. Caracas, Venezuela.

La política científica promovida desde el Estado venezolano, indudablemente, tiene influencia en LUZ, siendo la más evidente el Programa de Promoción al Investigador y el establecimiento de áreas prioritarias en el financiamiento a la investigación. Estas políticas han sido asumidas por la institución y promovidas por el CONDES, cumpliendo un papel protagónico en la promoción de nuevos investigadores; el incremento de la productividad científica; la formación de recursos humanos; vínculos con comunidades científicas nacionales e internacionales; evaluación y reconocimiento de los investigadores. Este impulso le ha otorgado a LUZ un rápido ascenso al primer lugar en cuanto al número de profesores acreditados por el PPI, lo cual le otorga prestigio y mayor asignación presupuestaria destinada a investigación.

Si bien es cierto que las políticas de estímulo desde el Estado venezolano y de la propia institución han favorecido este incremento, no puede menospreciarse que la toma de conciencia por parte de los académicos de los beneficios individuales e institucionales, ha favorecido la incorporación cada vez mayor de profesores a la labor de investigación, cuya importancia, más que a la cantidad, está asociada a los valores implícitos en el sentido de pertenencia como criterio certificador de calidad y prestigio académico.

En lo que se refiere al uso del conocimiento producido, los avances son pocos por la imprecisión de mecanismos que permitan establecer vinculaciones entre las universidades y el sector externo. Muchas veces se hacen cambios en los reglamentos decididos por cúpulas, pero los investigadores, quienes en definitiva son los más interesados y beneficiarios directos de esas decisiones, no participan en el proceso; es decir, se cambia para no cambiar nada, obviando el hecho de que la participación desde la base hace posible los verdaderos cambios.

En suma, la ciencia en Latinoamérica ha ocupado un lugar privilegiado sólo a nivel de

discurso. A pesar de los ensayos que han tenido los gobiernos en la formulación de políticas científicas que buscan promover la producción, transmisión y utilidad de la ciencia para el desarrollo nacional, no se ha logrado una verdadera consolidación, debido a que obedecen a cambios formales provenientes de otras realidades y plasmados en documentos oficiales, pero en definitiva no se instrumentan los medios para llevarlos a la práctica de manera paulatina, en correspondencia con las necesidades propias.

Referencias bibliográficas

- Alcántara, Armando (S/F). **Tendencias de los organismos multilaterales en la educación superior: El papel de los organismos multilaterales**. Disponible en: <http://www.unam.mx/ceiich/educacion/alcantara.htm> (14/03/2004).
- Alvarez, Victor y Rodríguez, Davgla (2003). **Del sector de Ciencia y Tecnología a la Sociedad del Conocimiento**, Temas de Formación Sociopolítica, N° 38. Fundación Centro Gumilla, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela.
- Ávalos Gutierrez, Ignacio (1999). **Breve crónica de un cambio anunciado**. Revista Espacios. N° 2, Vol 20, Venezuela, Universidad Simón Bolívar, pp. 79-90.
- CEPAL/UNESCO (1992). **Educación y Conocimiento. Eje de la transformación productiva con equidad**. Santiago de Chile.
- (CONDES) Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (1994-1999). **Memoria y Cuenta**. Universidad del Zulia, Maracaibo. Venezuela
- (CONDES) Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (1994). **Normas de Operación**. Universidad del Zulia.
- Congreso de la República (1967). **Ley del Consejo Nacional de Investigaciones**

- Científicas y Tecnológicas (CONICIT). Compilación normativa universitaria.** Universidad del Zulia. Volumen I, 1970.
- (CONICIT) Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (1999). **Agendas. Otro sentido para la investigación.** Caracas, Venezuela.
- Consejo Universitario de la Universidad del Zulia (1996). **Reglamento General de Investigación.** Gaceta Universitaria, Vol. XVII. Esté, Nina (1998).
- Esté, Nina (1998). **La Educación Superior Venezolana. Una institución en Crisis. Testimonios orales de sus actores.** Universidad Central de Venezuela. Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico. Colección Monografías. Caracas, Venezuela.
- (FVPI) Fundación Venezolana de Promoción al Investigador (1990). **Reglamento del Programa de Promoción al Investigador.** En: Boletín CONDES, N° 26. Universidad del Zulia, CONDES. Maracaibo, Venezuela.
- (FVPI) Fundación Venezolana de Promoción al Investigador (2002). **Reglamento del Programa de Promoción al Investigador.** Disponible en: <http://www.ppi.org.ve> (10-03-04).
- (FVPI) Fundación Venezolana de Promoción al Investigador (2003). **Información general Programa de Promoción al Investigador.** Disponible en <http://www.ppi.org.ve> (10-03-04).
- García Guadilla, Carmen (1995). **Teorías Socioeducativas en América Latina. Producción y transferencia de paradigmas.** Serie Ensayos. 2da edición, Editorial Tropykos. Caracas, Venezuela.
- Genatios, Carlos y Lafuente, Marianela (2004). **Ciencia y Tecnología en América Latina. Análisis comparativo de Chile, Colombia, Uruguay y Venezuela.** Ediciones OPSU, Caracas, Venezuela.
- Levy, Daniel; Balán, Jorge; Brunner José Joaquín; Schwartzman, Simón; Vessuri Hebe y Tulchin, Joseph (1998). **La educación superior dentro de las transformaciones políticas y económicas de los años noventa.** Informe del grupo de trabajo sobre educación superior de la Asociación de Estudios Latinoamericanos LASA. Vol XXV, N° 1. Documento CEDES, Serie Educación Superior. Centro Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO. Argentina.
- Marí, Manuel (1982). **Evolución de las concepciones de política y planificación científica y tecnológica. Temas de Política Científica y Tecnológica.** Documento de Trabajo, N°1. Programa Regional de Desarrollo Científico y Tecnológico, Departamento de Asuntos Científicos y Tecnológicos, Organización de Estados Americanos, Washington, D.C.
- Martínez, Eduardo y Albornoz, Mario (1998). **Indicadores de ciencia y tecnología. Balance y perspectivas.** En: Indicadores de ciencia y tecnología. Estado del arte y perspectivas. Martínez, Eduardo y Albornoz, Mario (Editores). Editorial Nueva Sociedad. Caracas, Venezuela.
- Mercado, Alexis; Testa, Pablo; Vessuri, Hebe; Sánchez, Isabelle (2002). **Sistemas Nacionales de Ciencia y Tecnología. Experiencias y aprendizajes de cuatro países en desarrollo.** Boletín ASOVAC, N°41. Asociación Venezolana para el Avance de la Ciencia.
- Ministerio de Ciencia y Tecnología (2001). **Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación. Ciencia y Tecnología para la gente.** Caracas, Venezuela.
- Montilla J.J. (1990). **Ciencia y Tecnología para el desarrollo del país.** En: Boletín CONDES, N° 26. Universidad del Zulia, CONDES, Venezuela.

- Morles, Víctor (1992). **Sobre la relación entre la estructura de la ciencia y la estructura académica en América Latina.** Revista Interciencia. Vol 17, N°1, Venezuela, Asociación Interciencia, pp.35-39.
- López, Roberto (1996). **Universidad, Política y Cultura. Años 60 vs años 90.** Revista Opción. Año 12, N° 20. Venezuela, Universidad del Zulia, Facultad Experimental de Ciencias, Departamento de Ciencias Humanas, pp 53-71.
- López Valladares, Mirtha y Ochoa Henríquez, Haydée (1998). **Reflexiones sobre la política científica de la Universidad del Zulia en la década de los noventa.** Revista Venezolana de Ciencias Sociales. Vol 2 N° 1 y 2, Venezuela, Universidad Rafael María Baralt, Vicerrectorado Académico, pp. 119-135.
- Lovera, Alberto (2001). **Nuevos y viejos tratos y maltratos a la educación superior. Encuentros y desencuentros de la relación Estado-Universidad.** Espacio Abierto. Vol. 10, N°1, Venezuela, Universidad del Zulia, pp. 99-142.
- Ochoa Henríquez, Haydée (2003). **La investigación alternativa en administración pública. Una experiencia.** Revista Venezolana de Ciencias Sociales. N° 2, Vol 7, Universidad Rafael María Baralt, Vicerrectorado Académico, pp. 151-168.
- Parra, María Cristina (2001). **Los cambios en las políticas de educación superior venezolana y la profesión académica.** XXXIII Congreso Internacional Latin American Studies Association. LASA, Washington D.C. USA.
- Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela (2001). **Decreto con Rango y Fuerza de Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación.** Decreto N° 1290, Gaceta oficial N° 37291.
- Subirats, Joan (1989). **Análisis de Políticas Públicas y Eficacia de la Administración.** Colección: Estudios. Instituto Nacional de Administración Pública. Ministerio para las Administraciones Públicas. Madrid.
- UNESCO (1998). Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: visión, acción y marco de acción prioritaria para el cambio y el Desarrollo de la Educación Superior.
- UNESCO (1999). Conferencia Mundial sobre la Ciencia para el Siglo XXI: Un nuevo compromiso. Budapest, Hungría, 26 de junio al 01 de julio de 1999. Disponible en: unesco.org/science/wcs/esp/declaracion_s.htm (26-04-04).
- Vessuri C, Hebe M. (1996). **La Ciencia en Venezuela. Balance de Fin de Siglo.** Disponible en: http://www.ivic.ve/estudio_de_la_ciencia/balsigxx.pdf (12-02-04).
- Vessuri, Hebe y Benaiges, Ana María (1998). PPI: Los investigadores opinan... Elementos preliminares del análisis de una encuesta de opinión. **Cuadernos del CENDES.** N°37, Año 15, Venezuela, Universidad Central de Venezuela, pp. 103-147.
- Yero (1991) La gestión de la investigación científica en las universidades: ¿Una nueva ilusión?. Consideraciones en torno a una gestión de la investigación en la UCV. **Acta Científica Venezolana.** N°42.

Automatización de los Procesos de Trabajo

Tunal S., Gerardo

Gerardo Tunal Santiago

Licenciado y Maestro en
Sociología del Trabajo.
Catedrático de la Universidad
Autónoma Metropolitana (UAM)
y de la Universidad Autónoma
del Estado de México (UAEM)
gertunsa@yahoo.com.mx

Recibido: 10-08-04
Revisado: 16-02-05
Aceptado: 17-03-05

El objetivo del presente artículo hace referencia a los impactos que ha tenido la automatización en los procesos de trabajo; específicamente, se aborda el rol que han tenido en dicho proceso el Estado mexicano, las empresas y los sindicatos. Lo anterior se hace con el propósito de esclarecer cómo el proceso de incorporación de las computadoras y el cambio tecnológico que supone éste, ha planteado un paradigma productivo y de la mano de obra derivadas del agotamiento del modo de acumulación taylorista-fordista, que ha incidido en materia de las relaciones laborales, y ha redefinido las características del trabajo en el espacio de la producción.

Palabras clave: cambio tecnológico, innovación tecnológica, automatización.

RESUMEN

The purpose of this article refers to the impacts vested on labor process by automation, specifically in the role played by the Mexican State, enterprises and unions. The afore mentioned is done with the purpose of clarifying how the incorporation process of computers and the technology changes inherent there of has set forth a work labor and productive paradigm derived form the weakening of the taylorist-fordist accumulation mode, which has become present in the labor relations subject and has redefined the characteristic of the labor in the space of production.

Keywords: technology changes, technology innovation, automation.

ABSTRACT

1. Introducción

Nace la informática a finales del siglo XIX, cuando el hombre toma conciencia del problema que se presenta sobre el manejo de la cantidad de información y de la necesidad de efectuar operaciones aritméticas con gran rapidez. La primera solución a este problema correspondió a Herman Hollerith, estadista de la oficina del censo de los Estados Unidos, quien tuvo la idea de utilizar unos trozos de cinta en los que se habían efectuado unos agujeros en determinados lugares para codificar datos poblacionales. Las primeras computadoras que ideó Hollerith no eran capaces de hacer más que pequeñas operaciones como clasificar fichas perforadas, duplicarlas y compararlas, aunque para 1890 lo anterior representaba un gran avance tecnológico. Máquinas de este tipo funcionan todavía y se les conoce con el nombre de preordenadores.

El siguiente paso hacia el tratamiento automático de la información se dio en 1944, cuando Howard H. Aiken, de la Universidad de Harvard, propuso al mayor fabricante de equipos de tarjeta perforadora, la construcción de una máquina calculadora totalmente automática y electrónica, la Calculadora de Control de Secuencia Automática (ASCC por sus siglas en inglés, *Automatic Sequence Controlled Calculator*). Dicha máquina fue la primera capaz de efectuar automáticamente una sucesión de operaciones previamente programadas, y funcionó hasta 1946.

Después de 1946, se puso en funcionamiento, en la Escuela Moore de Ingeniería Electrónica de Filadelfia, la Calculadora Electrónica Numérica e Integral (ENIAC por sus siglas en inglés, *Electronic Numerical Integrator and Calculator*), la cual fue el primer calculador digital en el que, aparte de los elementos de entrada y salida, no había ninguna pieza móvil.

Durante las décadas de los años cincuentas y sesentas del siglo pasado, el progreso no cesó y se volvió cada vez más rápido. Las revoluciones en la tecnología electrónica fueron rápidamente reflejadas por los ordenadores¹. Como se podrá observar a lo largo del presente artículo, el cambio tecnológico ha implicado un sinfín de modificaciones en la estructura de los procesos de trabajo, pero también cambios que tienen que ver con el impacto de las innovaciones tecnológicas en los actores sociales que constituyen los sistemas de relaciones industriales (los trabajadores, las empresas y los Estados).

2. Las Computadoras como Generadoras de Cambio Tecnológico

Ya desde Babbage se hablaba de una *fábrica sin hombres*, pero es hasta la última Revolución Tecnológica cuando se da una intensa sofisticación en la manera en que el hombre domina la naturaleza. Esta sofisticación o falta de naturalidad en los procesos de trabajo, se ha traducido en una extremada perfección y complejidad que presentan las sociedades contemporáneas para subordinar al medio ambiente a sus necesidades, y esto, a través de medios de producción o instrumentos altamente tecnificados.

Babbage plantea que la llamada división del trabajo contribuyó al cambio tecnológico, derivado de la automatización en los procesos de trabajo, debido a que, sin la división del trabajo, hubiera sido necesario emplear individuos que tuvieran el máximo grado de fuerza, cualificación, etcétera, requerido en ciertas partes del trabajo, precisamente en aquellas en las que calificaciones muy inferiores pueden bastar, lo que incrementará los tiempos y los costos laborales (Castillo, 1996: 15).

La automatización de los procesos de trabajo puede ser el vivo ejemplo de los recientes cambios

¹El tránsito y el circuito integrado pueden citarse entre los más significativos.

que experimentan las organizaciones de trabajo. Evidentemente, nos encontramos ante un nuevo y dominante paradigma de racionalización que sólo puede ocurrir en el contexto de nuevos y estables acuerdos sociales y económicos que manifiesten una alta correspondencia entre las estructuras macro y micro (Altmann, *et al.*, 1992: 6). De ahí que ahora se deba planear ¿cuáles deberían ser las responsabilidades del gobierno, los gerentes y los sindicatos de cada país ante el desafío que implica la creciente e indetenible automatización de los procesos de trabajo?

Castillo da una definición que nos pudiera ayudar a entender mejor lo que se considera como automatización de los procesos de trabajo. Tal vez su definición sea muy operativa, pero de cualquier manera nos ayuda a comprender los recientes cambios que se están dando en los procesos de trabajo. Este autor dice que se considera automatizada a toda empresa que utilice servicios informáticos en ordenador propio, compartido o ajeno, para la ejecución de una o más funciones (Castillo, 1998: 306).

La utilización prácticamente masiva de las computadoras ha alterado sensiblemente la calidad de las relaciones sociales, y ello es un problema planteado perentoriamente a las autoridades gubernamentales, empresariales y sindicales. Son precisamente los sistemas de relaciones industriales los que han olvidado la correspondencia de la cual Altmann habla.

Por su parte, Nora y Minc (1992) afirman que toda revolución tecnológica provoca una intensa reorganización de la economía y la sociedad (p. 17), y ésta obviamente ocurre también en los procesos de trabajo seleccionados en las organizaciones productivas. Este cúmulo de transformaciones ha desatado el manejo de los llamados *cerebros electrónicos*, y, en algunos casos, muy

pocos por cierto, se ha intentado poner en marcha proyectos de *inteligencia artificial* como característica de la última generación de los ordenadores².

El cambio actual en los procesos de trabajo ha intentado plasmar la automatización en éstos, y, en general, ha tratado de dotar a todas las actividades humano-productivas de los medios proporcionados por la informática, es decir, racionalizar y automatizar la información entre los individuos. Este gran salto de las sociedades contemporáneas se refiere a la realización de los procesos relativos al intelecto humano, mediante la utilización de dispositivos electrónicos llamados computadoras, los cuales se encargan de almacenar y proporcionar datos, realizar complejos análisis e interpretaciones de los mismos, para producir información que pueda ser utilizada por el ser humano.

Sin duda alguna, la automatización de los procesos de trabajo es uno de los antecedentes de los llamados Sistemas de Información Gerencial (MIS por sus siglas en inglés, *Management System Information*), los cuales hoy en día son determinantes para el desempeño de la función administrativa, en tanto que éstos han resuelto una gran parte de los problemas administrativos dentro de las organizaciones productivas, aunque también han generado otros nuevos (mayor desempleo, descalificación de la mano obrera, vacíos en la legislación laboral, nuevas enfermedades de trabajo, resistencias por parte de los trabajadores, reburocratización de las estructuras organizacionales, el crecimiento de la contratación por tiempo determinado, una nueva división del trabajo, etcétera).

El desarrollo tecnológico que ha implicado la automatización de los procesos de trabajo quizá ha tenido mayor incidencia en la Planeación de Recursos Empresariales (ERP por sus siglas en

²Las computadoras se clasifican, por su tecnología, en generaciones y hasta ahora ha habido seis de ellas. Es importante mencionar que no existe un consenso generalizado para determinar el inicio y el término de la quinta y la sexta generación.

inglés, *Enterprise Resource Planning*), en la medida en que se ha podido disminuir la morosidad en la jornada de trabajo, dosificar y optimizar los insumos, crear escenarios, controlar las contingencias, etcétera. Un claro ejemplo de lo mencionado anteriormente es la llamada Forma IV, establecida por Coriat en la modalidad llamada Administración de Recursos de Producción (MRP por sus siglas en inglés, *Material Requirement Planning*), la cual utiliza ampliamente las nuevas tecnologías, la prevención de ventas, la adaptación a las variaciones del mercado, el ajuste de las instalaciones y fuerte automatización de las comunicaciones (Coriat, 1992: 90-91).

El cambio tecnológico impulsado por las computadoras ha colocado en una situación de incertidumbre a algunas instancias de orden institucional, como lo son el Estado, las empresas y los sindicatos. Esto se ha debido a que dichas instancias han estado presenciando una gran diversidad de procesos de trabajo que obstaculizan la puesta en marcha de políticas que puedan neutralizar los efectos perversos de la automatización³ y que permitan maximizar los beneficios de este cambio tecnológico. Es así como coexisten en un mismo contexto los procesos de trabajo que tienen que ver con un sistema de *producción en masa* junto con *producción ajustada*, generando un *taylorismo informatizado*, en el cual no es suficiente la integración entre fabricación/circulación informáticamente administrada por computadoras, sino un proceso de trabajo de integración flexible que combine las ventajas de la automatización de las fabricaciones, de la optimización de las circulaciones y de la flexibilidad de los medios de trabajo (Coriat, 1992: 82).

La automatización de los procesos de trabajo también ha generado una nueva división del trabajo y una centralización del poder en quienes

manejan los grandes almacenes de datos automatizados; por ejemplo, los nuevos monopolios industriales. Si bien es cierto que el cambio tecnológico puede generar mejoras en la cantidad y calidad de lo producido, también es cierto que el impacto tecnológico no es tan benévolo, es decir, dicho cambio tecnológico aparece como una situación que irrumpe en los sistemas de relaciones industriales de manera muy significativa. Estas tres instancias involucradas en la automatización de los procesos de trabajo, han reaccionado de muy distintas maneras ante dicho impacto tecnológico.

3. El Papel del Estado Mexicano

Al parecer, la automatización que se ha generado en algunos procesos de trabajo ha puesto a los Estados ante un dilema, en cuanto a las políticas que éstos deben adoptar. Las políticas que elija algún Estado podrían ayudar a que el proceso de automatización se optimice a través de la regulación estatal o podrían contribuir a situaciones de crisis económico-políticas, como: i) la centralización del poder, derivada de los monopolios informáticos; ii) la desaparición de los espacios de control empresarial; iii) la competencia excluyente; iv) la subordinación de los países tardíamente informatizados frente a muy pocas empresas multinacionales productoras de tecnología informática, las cuales, según la Organización de las Naciones Unidas, poseen la tercera parte de los activos productivos mundiales (Castaingts, 2000: 39); v) la exacerbación del desempleo originado por la nueva división del trabajo y la descalificación tecnológica y su consecuente asimetría salarial; vi) los nuevos movimientos sociales que se enfrentan a un proceso de globalización triádica, compuesta por Estados Unidos de América, Japón y Alemania; y, vii) la impotencia de

³Un ejemplo de dichos efectos tiene que ver con que cada día se descubre algún nuevo punto débil en el tejido del software y de los sistemas interconectados, que representan la espina dorsal del mercado electrónico internacional. (Cfr. McClure, S. *et al.*, (2000), *Hackers. Secretos y soluciones para la seguridad de redes*, Madrid, Osborne McGraw-Hill).

los gobiernos que se encuentran fuera de dicha tríada excluyente para generar nuevas políticas ante la inminente fusión empresarial y el nuevo orden internacional derivado del desarrollo informático.

Nos encontramos en una especie de *crisis de civilización*, en donde al Estado no le ha sido muy fácil resolver el conflicto entre los valores y formas de trabajo tradicionales heredados de sinergias tayloristas-fordistas, y los posibles trastornos que pudiera provocar la llamada era cibernética. El Estado deberá crear políticas que puedan neutralizar los posibles trastornos de la acelerada automatización, tecnificación, sofisticación, automatización, burocratización, telematización, teleinformación y robotización en los procesos de trabajo.

Es importante mencionar que las organizaciones evolucionan de acuerdo a su bagaje institucional y que las instituciones despliegan una variedad de formas que pueden complementarse o vincularse entre sí a través de la automatización⁴. Al respecto, Nora y Minc (1992) dicen que el Estado no puede limitarse a automatizar los servicios públicos y hacer fácil el acceso a éstos, sino que tiene que liberar a los usuarios del monopolio de los constructores en la concepción de las grandes arquitecturas, lo cual les permitiría agenciarse materiales de los diversos orígenes (p. 145). Lo anterior le asigna al Estado un papel central en la regulación de la automatización de los procesos de trabajo que tiene que ver con una gestión informática que vele por los intereses no sólo de las gerencias, sino también de los trabajadores.

La mayor eficiencia y productividad en las empresas derivadas de la automatización de los procesos de trabajo y su consecuente debilitamiento de las fronteras geográficas en pro de la

reducción de tiempos y costos de producción, hace que el Estado genere una gran cantidad de recursos financieros dirigidos a dicha tarea que le permita competir tecnológicamente con los países altamente industrializados. Para el caso mexicano, la gestión estatal descrita líneas arriba toma otro rumbo. Al darle prioridad financiera a la automatización de los procesos de trabajo, el Estado mexicano desequilibra no sólo su sistema de relaciones industriales, sino, en general, su estructura social (económica, política y cultural), al olvidar que sus mercados de trabajo se constituyen como un híbrido compuesto en su mayoría por procesos de trabajo escasamente automatizados y por muy pocos procesos y funciones altamente tecnologizados.

Aunque en países como México esta situación se hace evidente, no hay que olvidar que la fábrica del mañana no es una *fábrica sin hombres* y que el futuro, de ninguna manera es el de la automatización integral de las tareas y funciones, debido a que la automatización total es impracticable, por razones tanto científicas y técnicas como financieras, y eso vale para todo el horizonte del futuro previsible de cualquier país (Coriat, 1992: 68).

De manera puntual, el Estado mexicano, al optar por políticas orientadas a incrementar la automatización de los procesos de trabajo en detrimento de formas de organización del trabajo no automatizadas, se enfrenta a las problemáticas siguientes: i) un creciente atraso económico, derivado de la carencia de jerarquización en los grados de automatización de la sociedad, que se expresa en una dependencia económica hacia las grandes empresas extranjeras y los grupos financieros internos; ii) un atraso tecnológico, producto de la dependencia frente a los países

⁴Por ejemplo, actualmente la informática es un instrumento tecnológico que auxilia al derecho. Hace cuarenta años, a raíz de esta insospechada unión, surgió el concepto de informática jurídica; desde entonces, la moderna ciencia de la informática presta sus servicios para que el derecho alcance sus fines en menor tiempo y con mayor calidad. Actualmente, la informática jurídica se maneja en dos grandes campos: la Informática Jurídica Documental e Informática Jurídica de Gestión. La primera consiste en crear archivos de todos aquellos procedimientos que son útiles al derecho, entre los cuales se encuentran la legislación, la jurisprudencia y la doctrina. La segunda trata lo referente a los asuntos jurídicos, como la averiguación previa y todas las etapas que lleva a una resolución judicial.

altamente industrializados, los cuales integran con mucho mayor rapidez y facilidad los cambios tecnológicos; iii) al tener que exportar tecnología, México se integra a un monopolio bancario que impone tasas de interés muy elevadas, que aprovechan el hecho de que las empresas mexicanas operan con una moneda débil y dominada, la cual tendrá que pagar una prima de riesgo que se incluye en las tasas de interés por venta de tecnología (Castaings, 2000: 48-49); y iv) los montos de inversión tecnológica y la importación de arquitecturas industriales automatizadas implican una fuerte dependencia política para México, frente a los nuevos grandes monopolios internacionales, debido a la injerencia de los gobiernos que dotan a dicha nación de tecnología, los cuales subordinan la estructura política mexicana -y de otras naciones- a un sistema político globalizado que trasciende las estructuras estatales nacionales, generando consecuencias dramáticas para el Estado mexicano, al imposibilitarlo para cumplir óptimamente con su función reguladora de las inversiones de capital (Villoro, 1998: 44).

4. La Instancia Empresarial en México

El proceso de automatización de los procesos de trabajo aparentemente ha generado más beneficios que costos a las empresas: mayor productividad en menor tiempo, con mayor calidad y con menor costo. Esta innovación tecnológica ha implicado nuevas formas de poder, tanto en lo económico como en lo político; un poder que también ha implicado nuevas formas de dominación de los empresarios. Al respecto, De Bresson (1987) dice que las relaciones en la producción son de importancia crucial; de hecho, la industrialización propia de las máquinas y materiales y la determinación del salario están relacionadas con la elección de las técnicas para informatizar los procesos de trabajo (p. 30).

Grosso modo, la integración de todas las máquinas en un proceso automático ha producido

una autorregulación de los procesos de trabajo, o bien el uso de mecanismos capaces de gobernarse a sí mismos; pero algunas empresas no han podido encontrar el punto homeostático que supone la era cibernética, es decir, no han logrado llegar al estado de equilibrio hacia el cual debieran tender todos los sistemas.

Algunas empresas no han sabido capacitarse para capacitar a sus máquinas, adaptando a éstas a un ambiente en constante cambio. Este tipo de empresas no ha podido caminar al parejo del proceso de automatización, ya que éste cambia de forma muy rápida, lo cual pudiera implicar, a su vez, que las políticas de gestión tecnológica de los empresarios sufra de los llamados *efectos de obsolescencia*.

Ante la inevitable automatización de los procesos de trabajo, las organizaciones y sus gerentes tienen que tener la capacidad de reconfigurar su gestión informática, haciendo énfasis en la reconciliación de los patrones con las gerencias; en tanto que la tecnología de cómputo en la 'era de la información', específicamente en la supercarretera de la información, las máquinas de realidad virtual y el enlace electrónico generalizado entre toda la gente en la comunidad, significa que pocas personas 'irían a trabajar', e igualmente podrían hacerlo desde su casa, lo cual trastocaría los patrones tradicionales de los procesos de trabajo utilizados en las empresas (Furnham, 2001: 705).

Se puede observar que el impacto del cambio tecnológico en algunas organizaciones productivas contemporáneas ha sido más nocivo que benéfico para algunos grupos sociales, y esto porque las computadoras, y con ello las redes de informática, han permitido el desarrollo de nuevos tipos de relaciones y capacidades, no siempre aplicadas con responsabilidad. Ciertos sistemas jurídicos han sido rebasados por conductas que no estaban previstas y donde los ordenadores están implicados.

En términos generales, las empresas mexica-

nas, más que priorizar la *fábrica sin hombres*, deberán optar por sacarle partido a las potencialidades combinadas del robot, de la informática administrativa y de los métodos de *justo a tiempo* (Coriat, 1992: 68), en tanto que dichas empresas se enfrentan con una gran variedad y diversidad de formas productivas nuevas, para las cuales no hay soluciones y caminos unívocos, ni rupturas con las formas no automatizadas de producción.

5. La Intervención Sindical en México

Algunas instancias sindicales tampoco se han visto bien paradas frente al ambiente de la automatización de los procesos de trabajo. Los sindicatos se han visto presionados por los empresarios en cuanto a la solicitud de un pequeño grupo de trabajadores altamente informatizados y un conjunto más grande de trabajadores con escasa calificación informática. Esta situación plantea no sólo la cuestión del desempleo, sino una nueva red de relaciones sociales entre los trabajadores ocupados en la producción.

Los nuevos cambios en los procesos de trabajo están provocando modificaciones en las rutinas de trabajo, las cuales pudieran transformar el ambiente social inmediato del trabajador. Se ha modificado el tamaño y la composición de los grupos de trabajo; el alcance, carácter y frecuencia del trabajo con compañeros y superiores; la situación del trabajo en las organizaciones, y la existencia de la movilidad física de la cual disponen los trabajadores. Todos y cada uno de estos elementos pudieran considerarse como efectos colaterales del cambio tecnológico.

El proceso de automatización de los procesos de trabajo, tal vez pueda relacionarse con la existencia de una *producción ajustada*, ya que este tipo de procesos de trabajo pone en marcha un sistema para detectar defectos y en donde se busca rápidamente la causa última de cualquier problema; una vez descubierto todo esto, se logra la puesta en marcha de dispositivos electrónicos,

los cuales transfieren el máximo número de tareas a los trabajadores para que éstos realmente añadan valores al producto en la cadena, aunque para el trabajador esto signifique mayor trabajo e inseguridad laboral, debido, entre otras cosas, a la disminución de la importancia de la iniciativa obrera en el desarrollo de la producción, en pro de la retroalimentación informática de algunas operaciones productivas.

Algunos sindicatos mexicanos no han estado pendientes de las cuestiones vinculadas a dichos efectos negativos que la automatización de los procesos de trabajo presenta a sus trabajadores. Una parte del grupo de sindicatos no ha sabido gestionar su participación en los cambios tecnológicos que se están produciendo en algunas empresas y que pueden afectar enormemente a los trabajadores. Otro problema que plantea la automatización de los procesos de trabajo, es una posible dificultad en cuanto a la organización de las bases sindicales.

La automatización en los procesos de trabajo ha permitido en algunas empresas mexicanas la implantación del llamado 'trabajo hecho en casa'; esta nueva modalidad de trabajar plantea a los sindicatos nuevos retos que tienen que ver con las nuevas formas en que los sindicatos deben organizar a sus afiliados ante este cambio de los procesos de trabajo.

La competencia internacional y la tecnología avanzada de la información hacen que la rápida transferencia de información alrededor del mundo se haga tanto necesaria como posible. Esto significa que las relaciones industriales y profesionales deben incorporar la perspectiva global a sus trabajos y volverse expertos en la adaptación de ideas e innovaciones desarrolladas en otros lugares, de manera que correspondan a sus necesidades particulares (Kochan, 1995: 3).

Kochan plantea que estamos presenciando nuevos estilos de organización de trabajo, en donde se transforman considerablemente las

relaciones laborales, las cuales ahora se miden como una red en donde intervienen grupos e individuos y en las que las prácticas de recursos humanos son vistas como sistemas de actividades interdependientes fuertemente vinculadas a la producción y a las estrategias competitivas de la empresa y su entorno.

Sin duda alguna, los cambios tecnológicos instrumentados en el mundo moderno se enfrentan a presiones ambientales y a situaciones nuevas como: i) el peligro de la extinción del planeta Tierra, junto con el crecimiento demográfico a niveles que pronto harán imposible la existencia del hombre en éste; ii) la contaminación de la biosfera; iii) la destrucción de la capa protectora de ozono; iv) el *efecto invernadero*; v) el agotamiento de los recursos naturales que en el futuro impedirán el tránsito de muchos países a la era industrial; vi) la explotación de los sistemas interplanetarios como posible lugar de exilio para la humanidad; vii) la proliferación incontrolada de armamentos nucleares -el genocidio organizado; y, viii) el agravamiento de la marginación de la mitad de los habitantes del planeta Tierra -por mencionar los más evidentes (Villoro, 1998: 44).

En términos generales, podemos decir que pensar que todos los problemas derivados de la automatización de los procesos de trabajo se reducen a los cambios tecnológicos, es algo exagerado y muy radical, debido a que se debe reconocer que los actores sociales involucrados en dicho proceso, pueden darle dirección al mismo. Es por lo anterior que, además de tratar de agendar los problemas mencionados, los sindicatos deberán resolver el problema de representación de las bases en la contratación colectiva, la recuperación del control en los pisos de trabajo, la relación con las gerencias, el rediseño de discursos coherentes con las nuevas condiciones económicas y tratar de buscar la articulación con la avalancha inminente de la automatización en los llamados procesos de trabajo (Tunal, 2002: 410-411).

6. Conclusiones

Es importante reconocer que la forma en que el Estado mexicano deberá enfrentar el actual proceso de automatización de algunos procesos de trabajo, tiene que traducirse en una administración de la función informática, la cual debe ser entendida como la gestión y regularización pública y privada de los conocimientos científicos y automatizados, con la finalidad de que la información sirva para: i) diseñar políticas económicas acordes a la nueva realidad social; ii) elaborar, analizar e interpretar información tecnológica, aplicando conocimientos de teoría económica y administrativa para evaluar la actual problemática derivada de la automatización laboral; iii) proponer estrategias de desarrollo y gestión tecnológica para organizaciones productivas de los sectores privado, social y público; iv) vincular el proceso de cambio tecnológico con las características de la organización industrial y las tendencias del comercio internacional, así como analizar impactos tecnológicos; v) organizar grupos de investigación tecnológica en empresas, centros de investigación y organismos gubernamentales capaces de vincular disciplinas, teorías y métodos de análisis, así como coordinar la participación de grupos externos al grupo; vi) evaluar, gestionar y administrar los recursos económicos y humanos requeridos para la realización de proyectos innovadores; vii) dirigir el proceso de selección, negociación, contratación y asimilación de tecnología, así como detectar y promover oportunidades de innovación tecnológica; y, viii) analizar y diseñar estructuras organizacionales para la realización de investigaciones tecnológicas.

Grosso modo, dicha administración de la función informática debe plantear como principal interrogante ¿cuáles son las responsabilidades del Estado mexicano frente a la creciente automatización de los procesos de trabajo? Y esto porque la sofisticación de los procesos productivos puede impactar fuertemente las redes sociales, aunque

es importante mencionar que el grado de automatización de los procesos de trabajo no sólo varía de país, sino también de acuerdo al tipo de empresa. De lo anterior se obvia que la responsabilidad del Estado mexicano ante la automatización de los procesos de trabajo varía de igual forma.

En los países altamente tecnologizados, el Estado ha intentado gestionar y regular los mecanismos automáticos de comunicación y control de las personas y de las máquinas, para que la tecnificación y optimización de los procesos de trabajo no altere negativamente los sistemas de relaciones industriales. En países como México, el avance de la informática ha sido incipiente y poco generalizado, ya que no existe propiamente una administración de la función informática, ni infraestructura para crearla. Esto se pudiera deber a que dicho país -al igual que muchos países emergentes- aún no ha logrado solucionar algunos problemas básicos (empleo, salud, educación, democratización, etcétera) que le permita insertarse en el capitalismo global.

Como ya anteriormente se observó, la generalización de la informática surgió como una innovación tecnológica que revolucionó los procesos de trabajo en la década de los cincuentas del siglo XX y permitió cierto desarrollo económico de algunos países. El proceso de información de las organizaciones no sólo modificó las formas de trabajar, sino que alteró la calidad de las relaciones sociales y planteó nuevos problemas sociales. En los países como México, ya no sólo se tiene que enfrentar la pobreza extrema, el desempleo, la deficiencia en la educación y en los servicios médicos, la crisis político-económica, y el peso de la deuda, sino que además se tienen que afrontar nuevos problemas producidos por la automatización de los procesos de trabajo, así como la dosificación de los procesos informativos.

Evidentemente, la información de los procesos de trabajo en las empresas mexicanas tiene su efecto más inmediato en la productividad. Ante

esto, es importante plantearse si la automatización de los procesos de trabajo trae más riesgos para el empleo que oportunidades para el comercio exterior, o bien, si el crecimiento de las salidas internas y externas que se deriva de una productividad acrecentada permite recuperar, o incluso incrementar, el empleo, sacrificado en primera instancia en áreas del crecimiento productivo.

La respuesta a estas preguntas no puede ser hoy en día ni global ni coherente ni cifrada. Algunos éxitos y el razonamiento nos llevan, sin embargo, a la certeza de que la informatización de los procesos de trabajo hace a la vez posible y necesario un crecimiento de nuevo tipo, que modifica, sin duda alguna, el volumen del empleo, y potencialmente los apremios de la balanza exterior. En función del uso que se haga de dicha automatización, puede agravar o contribuir a resolver los elementos estructurales de las crisis derivadas del orden global. Agravar, si la automatización de los procesos de trabajo deteriora el empleo, sin ayudar al restablecimiento del equilibrio exterior; resolver, si levantando la hipoteca del desequilibrio comercial, devuelve a la política económica mexicana un margen de libertad y le da la posibilidad de favorecer un nuevo incremento, capaz, en definitiva, de reconciliar los apremios externos, el empleo y el consenso social.

Para el caso de México, podemos decir que muchos de los modelos económicos han pecado de insuficiencia. Ante esta carencia, la gestión, tanto del Estado como la de otros actores sociales, deberá estar orientada a: i) verificar, según los instrumentos existentes y sin ilusión en cuanto a la presión de los resultados, el orden de prioridad de algunas situaciones; ii) definir un enfoque más satisfactorio y perfilar el campo de estudios indispensables para cuantificar los efectos de la informatización de los procesos de trabajo a mediano plazo -estos efectos son más sociopolíticos que tecnológicos o econométricos-; y, iii) averiguar, mediante encuestas monográficas, los

efectos de la informatización de los procesos de trabajo sobre la productividad y el empleo en los sectores más significativos de la industria y los servicios.

A modo de guisa, se puede decir que el cambio tecnológico del cual se ha hablado, requiere de un análisis del papel del Estado mexicano y de los instrumentos jurídicos en el desarrollo tecnológico, particularmente en lo que se refiere a la llamada automatización de los procesos de trabajo. Estos nuevos procesos de trabajo requieren nuevas formas de intervención pública, basadas en la puesta en marcha de programas y esfuerzos de tipo cooperativo con la participación articulada, en lo nacional y lo internacional, de distintas instituciones y grupos de los sectores estatal, empresarial y sindical.

Referencias bibliográficas

- Altmann, N. *et al.* (1992), "Perspectivas sin fin. Los debates actuales sobre el futuro del trabajo en la producción industrial", en **Technology and work in german industry**, München, Institute for Social Science Research Munich.
- Castaints, J. (2000), "La tríada excluyente", en **Los sistemas comerciales y monetarios en la tríada excluyente**, México, Universidad Autónoma Metropolitana / Plaza y Valdés.
- Castillo, J. J. (1998), **Automatización, trabajo y empleo en las pequeñas empresas españolas**, Madrid, Universidad Complutense.
- (1996), **La organización científica del trabajo en sus orígenes: La obra de Charles Babbage**, Madrid, Universidad Complutense.
- Coriat, B. (1992), **El taller y el robot**, México, Siglo XXI.
- De Bresson, Ch. (1987), **Technical changes and society**, Montreal, Black Rose Book.
- Furnham, A. (2001), **Psicología organizacional. El comportamiento del individuo en las organizaciones**, México, Oxford University Press.
- Kochan, K. (1995), "Lanzando un renacimiento en la investigación sobre las relaciones industriales", en **Análisis Laboral**, Vol. XIX, núm. 215, mayo, Washington D. C.
- McClure, S. *et al.* (2000), **Hackers. Secretos y soluciones para la seguridad de redes**, Madrid, Osborne McGraw-Hill.
- Nora S. y Minc A., (1992), **La automatización de la sociedad**, México, Fondo de Cultura Económica.
- Tunal, G. "La flexibilidad laboral en la contratación colectiva en México", en **Economía, Sociedad y Territorio**, Vol. III, núm. 11, enero-junio de 2002, México, El Colegio Mexiquense.
- Villoro, L. (1998), "Del Estado homogéneo al Estado plural", en **Estado plural, pluralidad de las culturas**, México, Universidad Nacional Autónoma de México / Paidós.

POSTGRADO EN CIENCIAS CONTABLES TRABAJOS DE GRADO Y TRABAJOS ESPECIALES DE GRADO

MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES TRABAJOS DE GRADO

PARTICIPANTE	TITULO
Acevedo, ClaraInés	Propuesta de una Metodología para la Práctica de Auditorías Integrales en la Empresa PROULA S.A. División Medicamentos ubicada en el Estado Mérida.
Arellano, Mercedes	La Ética del Contador Público en su desempeño como Gerente de las Empresas del Sector Bancario en el Municipio Libertador del Estado Mérida.
Bonetti L., Gabriela	Estudio Situacional de las Empresas Inscritas y Aceptadas en la Zona Libre Cultural, Científica y Tecnológica del Estado Mérida. Período 1995-2003.
Cabriles, Isolda	Cambio en el bienestar económico producido por un aumento en la tarifa del servicio de agua potable. Caso: Usuarios residenciales del Acueducto Regional del Táchira en el Municipio San Cristóbal.
Camacho, Fredy	Los Principios Tributarios consagrados en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y sus efectos en la Gestión Fiscal del Municipio Libertador.
Cerrada, Gladis	Impacto de los beneficios fiscales en materia de Impuesto sobre la Renta y a los Activos Empresariales en el desarrollo del sector pecuario. Caso: Municipio Alberto Adriani del Estado Mérida Lapso 1996-2000.
Chacón, Gildaly	Análisis de las Alternativas de Administración de la Presentación de Antigüedad Propuestas en la Ley Orgánica del Trabajo.
De Freitas, Sandra	Fusión de las Instituciones Financieras Venezolanas y su efecto en la Estructura Contable de la Banca Universal. Caso: Banco Mercantil / Interbank.
Eslava, Rolando	Valoración Económica de los Pasivos Ambientales Generados por la Empresas Hoteleras en la Cuenca del Río Mucujún: Técnica de Gasto Preventivo.
Gómez, Mabedg	Diseño de un sistema de Costos basado en actividades para las empresas comercializadoras y distribuidores de productos perecederos. Caso: Jugos Mérida.
Humbría, Johny	Propuesta de una Metodología para cuantificar y Valorar Impactos Ambientales en Proyectos Viales. Caso: Estado Trujillo
Luciani, Laura	Análisis del Costo de un Estudiante de Pregrado atendido por Escuela de la FACES ULA

MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES TRABAJOS DE GRADO

PARTICIPANTE	TITULO
Marcuzzi, Marino	Análisis de los Sistemas de Contabilidad General en las Empresas del Sector Hotelero tres estrellas ubicadas en el Municipio Libertador del Estado Mérida
Márquez, Yelitza	Efectos Organizacionales de los Procesos de Fusión por Absorción y Transformación de las Entidades de Ahorro y Préstamo en Banco Universal. Caso: Merenap C.A. y del Sur E.A.P.
Márquez R., Maria M.	El Desempeño docente de los contadores públicos basado en estrategias de la neurociencia (IUTE)
Méndez, Saray	Propuesta de una Metodología para la Práctica de Experticias Contables en el CICPC (PTJ) del Estado Mérida
Menesello, Graciela	El Comportamiento Ético del Contador Público en la práctica de Auditoría.
Molina P. Nury	El Comportamiento Ético del Contador Público en el Ejercicio de la Docencia. Caso: Escuela de Administración y Contaduría Pública Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Los Andes. Núcleo Mérida.
Molina R. Ana	Aspectos Estructurales para la Presentación de los Estados Financieros ante el Sector Bancario. Un Diagnóstico Situacional, en las Empresas Comerciales del Municipio Libertador del Estado Mérida.
Molina, Víctor Hugo	Evaluación de las Metodologías de Ajustes por Inflación Aplicadas en Venezuela. Caso: PROULA.
Monagas, Dulce	Análisis de los Procesos de Gerencia Universitaria en la Escuela de Economía de la FACES-ULA: Un Enfoque Sistemático
Monagas, Marisela	Una Visión de la Calidad del Sistema de Información Contable de la Empresa Construcciones C.A., desde la Óptica Gerencial.
Monsalve R. Belkis	Estrategias presupuestarias para la optimización de los recursos en las gobernaciones. Caso: Gobernación del Estado Mérida.
Moreno, Johana	Criterios Ambientales en las Organizaciones Empresariales Adscritas a la ZOLCCyT del Estado Mérida
Oropeza, Lucia	Diagnóstico Situacional del Proceso Presupuestario de la ULA Hídricos. Caso: Aguas de Mérida S.A.
Patiño, Antonio	Diseño de un sistema estratégico de control de gestión pública. Caso: Contraloría General del Estado Mérida.
Quintero, Luis	Estimación de los Pasivos Ambientales mediante la Técnica Obligaciones Económicas de los Usuarios de los Recursos Hídricos. Caso: Aguas de Mérida C.A.

MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES TRABAJOS DE GRADO

PARTICIPANTE	TITULO
Quintero B. Maria E.	Análisis de la incidencia de la normativa técnico legal ambiental contenida en la ley de diversidad biológica sobre la contabilidad corporativa.
Ramírez, Elizabeth	Responsabilidad del Contador Público frente a la Información Financiera.
Ramos, Andrea	Diseño del Cuadro de Mando Integral para las Estaciones de Servicio de la Ciudad de Mérida
Reinosa P., Doris	Factores que Inciden en la Conformación de los Costos Ambientales en el Proceso de Extracción del Aceite de Palma.
Rivas, Luis	La Incidencia de la Administración del Impuesto sobre Inmuebles Urbanos en las Finanzas Públicas del Municipio Libertador Período 95-99.
Rojas Moreno, Emily	Diseño de un Sistema de información para la verificación patrimonial de las Empresas en el Registro Mercantil. Caso: Registro mercantil primero del estado Mérida.
Román, Nélica	Capital Intelectual. Principal Generador de Éxito en las Empresas del Siglo XXI
Sáez S., Belkis	Análisis del Proceso de Recaudación de los Impuestos sobre Inmuebles Urbanos e Industria y Comercio en el Municipio Trujillo, Estado Trujillo.
Santiago, María	El Contador Público como Elemento Fundamental para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa del Área Metropolitana de Mérida
Telles, Marco	Lineamientos Estratégicos para la Implantación del Balance Scorecard en el Dpto. de Costos de la Empresa Siderúrgica del Orinoco.
Torres, María Guadalupe	Aspectos Contables Presentes en la Ley Aprobatoria del Convenio sobre Diversidad Biológica. Caso: Promotora de Proyectos de la ULA. División Medicamentos
Urdaneta, Maria Alejandra	Valoración Económica Ambiental del Costo del Agua en el Municipio Trujillo. Estado Trujillo.

ESPECIALIDAD EN CIENCIAS CONTABLES MENCIÓN: TRIBUTOS TRABAJOS ESPECIALES DE GRADO

PARTICIPANTE	TITULO
Altuve, Carol	Impuesto sobre Patente de Industria y Comercio y su Incidencia en la Capacidad Contributiva del Sujeto Pasivo del Municipio Campo Elías del Estado Mérida.
Álvarez N., Marbeth P.	Efecto jurídico y económico de la Obligación Tributaria en Materia de impuesto a los activos empresariales en una empresa del estado. Caso: Compañía Nacional de Reforestación (CONARE).
Aponte, Delmary	Impacto de las Rebajas por Inversión en Materia de Impuesto Sobre la Renta en el Desarrollo del Sector Hotelero durante los años 1994-2001. Caso: Municipio Libertador del Estado Mérida.
Avendaño, Luis	Estudio de los Impuestos de Bebidas Alcohólicas por Preparación de Productos Destilados (Aguardiente) en el Estado Mérida.
Avendaño, Yoly	Análisis del Proceso de Fiscalización del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) Caso: Región Los Andes Mérida Año 2000.
Becerra M., Francisca	Estudio de los Factores que Determinan la Base Imponible del Impuesto sobre Inmuebles Urbanos del Municipio Libertador del Estado Mérida
Bustamante, Xiomara	Propuesta de Cultura Tributaria Aplicable a los Contribuyentes del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Una Propuesta en el Marco del Municipio Tovar, Estado Mérida.
Calderón, Arturo Luis	El Draw Back como Régimen Aduanero Incentivador de las Empresas en Venezuela.
Castillo, Frank	Modernización aduanera en Perú y Venezuela, a objeto de su aplicabilidad en otros sistemas aduaneros.
Corredor, Ramón	Incidencia de Convenio para evitar la doble tributación en el flujo de las inversiones provenientes de los EE.UU. de Norteamérica en la República Bolivariana de Venezuela.
Delgado, Mileida	Análisis de las Sanciones para Incumplimiento de Deberes Formales en Materia de Impuesto al Valor Agregado.
Díaz Solano, Doris S.	Análisis de la Relación del principio de Renta Mundial establecido en la ley de Impuesto sobre la renta con los conflictos de la doble imposición. Caso: Aplicación en Venezuela.
Espinoza, Danny	Diagnóstico del Proceso de Fiscalización Empleado por el SENIAT, Región Los Andes, Sector Mérida, en Materia de ISLR
Fuenmayor, Luz Marina	Consecuencias Económicas y Sociales del Conflicto Colombo-Venezolano por el Tránsito Fronterizo en Relación con el Transporte Terrestre de Mercancía.

ESPECIALIDAD EN CIENCIAS CONTABLES MENCIÓN: TRIBUTOS TRABAJOS ESPECIALES DE GRADO

PARTICIPANTE	TITULO
García, Mayela	Implicación Económica de los Activos Empresariales en el Sector Turístico Caso: Valle Grande La Culata, Estado Mérida
García, Norbith	Derecho de los Contribuyentes y sus Medios de Defensa frente a la Administración Tributaria Venezolana.
García V., Yuley Y.	Efectos del ajuste por inflación fiscal en la medición de la capacidad contributiva en materia de impuesto sobre la renta en Venezuela.
Guillén, Trina del Carmen	Límites de responsabilidad tributaria de los Contadores Públicos en el ejercicio de la profesión.
Guillén, Maricela	Elementos Subjetivos y Objetivos que Configuran los Ilícitos Tributarios Sancionados con Penas Restrictivas de Libertad en la Legislación Venezolana.
Jáuregui, Ricardo	Estudio del Marco Legal Vigente en función del Control de los ilícitos aduaneros en Venezuela.
Lobo, Amador	Tratamiento Contable y Fiscal de los Costos y Gastos para la Determinación del ISLR.
Maldonado, Elsy	Estudio Comparativo de la Patente Vehicular en los Municipios Libertador, Campo Elías y Santos Márquina del Edo. Mérida, Periodo 2000.
Méndez Mora, Isaura	Impacto del Impuesto al Débito Bancario en la Banca Comercial. Caso: Banco Provincial, Oficina Tovar.
Méndez Rivera, Ana	Análisis del Gravamen a los Dividendos Establecidos en la Ley de ISLR.
Montes, Bermen	Análisis de los Mecanismos utilizados para recaudar el Impuesto de Patente de Industria y Comercio Caso: Municipio Libertador del Estado Mérida.
Mora, Lisbeth	I.V.A. en Venezuela. Sus Fortalezas y Debilidades.
Mora, María Eugenia	Indicios de Defraudación Tributaria en el Municipio Alberto Adriani del Estado Mérida.
Moreno A., Adriana	Las Medidas Antidumping de Venezuela a la Luz de los Acuerdos Internacionales. Caso: Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA).
Muñoz, Lilibeth	Análisis de la Ordenanza sobre actividades económicas de servicio e índole similar en torno a su aplicación, durante el Periodo 1996 -2002. Caso: Municipio Francisco Javier Pulgar del Estado Zulia.
Pacheco, Carmen	Estudio Diagnóstico del Impuesto de Patente de Industria y Comercio en la Alcaldía del Municipio Libertador del Estado Mérida.
Pereira, Yipsy	Análisis de la aplicabilidad del régimen simplificado de tributación para pequeños contribuyentes (Monotributo) en la ciudad de El Vigía Estado Mérida.
Pineda, María Andreína	Estudio Analítico de las Estrategias de Planificación del ISLR en Venezuela.

ESPECIALIDAD EN CIENCIAS CONTABLES MENCIÓN: TRIBUTOS TRABAJOS ESPECIALES DE GRADO

PARTICIPANTE	TITULO
Piñate, Jenny	Diagnóstico de la Recaudación de Impuesto sobre Inmuebles Urbanos en el Municipio Libertador del Estado Mérida.
Prato, Marisel	Impacto del Débito Bancario en el sector Construcción. Caso de Estudio: Constructora M & P C.A.
Quintero, Mirna	La Evasión del Impuesto sobre Patente de Industria y Comercio a las Empresas que Ofrecen Bienes y Servicios. Caso: Municipio Libertador del Estado Mérida.
Ribeiro, Maria Francia	Política de Comercio Exterior Venezolana en el acceso a los mercados internacionales de productos no tradicionales.
Rincón, Lux Marina	Aplicabilidad de un nuevo Régimen de Exoneraciones del ISLR al Sector Agropecuario en Venezuela Caso: El Vigía
Rojas, Ana Marbella	El Impuesto sobre Inmuebles Urbanos y su Incidencia en el Presupuesto de Ingresos del Municipio Libertador del Estado Mérida.
Rojas, Eli Saúl	El Impuesto sobre Actividad Comercial, Industrial o de Índole Similar y el Beneficio que Produce al Contribuyente. Caso: Municipio Alberto Adriani de la Ciudad de El Vigía, Estado Mérida.
Rojas Duque, Alba A.	Diagnóstico del Control Interno de la Alcaldía del Municipio Sucre del Estado Mérida.
Ruiz, Lenis	Análisis Retrospectivo del Ajuste por Inflación Fiscal Establecido en la Ley de ISLR.
Sánchez, Alba	Impuesto sobre Patente de Industria Comercio y Servicios Similares del Municipio Libertador del Estado Mérida y su Incidencia Económica en el Contribuyente.
Sepúlveda, Adelina	Diagnóstico del proceso de retención de impuesto sobre la renta. Caso: Facultades de la ULA Mérida.
Sulbarán, Ana	Propuesta para el Mejoramiento de la Gestión del Impuesto sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar para el Municipio Tulio Febres Cordero del Edo. Mérida
Uzcátegui, Dorys	Impacto Económico de la ZOLCCYT del Estado Mérida sobre la Pequeña y Mediana Empresa.
Vielma, Zaida	Impacto financiero del impuesto municipal sobre la actividad económica comercial, industrial o de índole similar. Caso: Corporación Droguería Los Andes C.A.

INSTRUCCIONES PARA LOS AUTORES

ACTUALIDAD CONTABLE FACES es una revista científica arbitrada, editada por el Departamento de Contabilidad y Finanzas de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES) de la Universidad de los Andes-Venezuela. Su objetivo es difundir los resultados de las investigaciones científicas, estudios recapitulativos, resultados de investigaciones en curso y ensayos sobre diversos temas: contables, financieros, políticos, culturales, económicos, legales, tributarios, de mercadeo, costos, gerencia, estadística, sociología, tecnología 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 éstos hayan sido aprobados para su publicación, con el objeto de mantener la uniformidad de estilo de la revista. No se devolverán los originales. Los autores recibirán dos ejemplares gratuitos de la revista en la cual se publique su trabajo.

La revista es de frecuencia semestral. La recepción de artículos se realizará durante todo el año. Los trabajos se enviarán a la siguiente dirección: **Coordinación de la Revista ACTUALIDAD CONTABLE FACES. Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Departamento de Contabilidad y Finanzas. Núcleo La Liria. Edificio "F". Segundo piso. Mérida Venezuela. Teléfonos (0274) 2401111 Ext. 1043, (0274) 2401042. Fax: (0274) 2401040. Correo electrónico: 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 subsecciones. 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 subsección deberá incluirse un espacio en blanco.

Las 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 Figuras (gráficos, 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 figuras. 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). Las 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, Nº. 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.

INSTRUCTIONS 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@hotmail.com**

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 Figures (graphs, 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 figure 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, Nº. 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.

El que 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
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de Los Andes
Mérida - Venezuela

Fax: Nacional: 0274-2401152
Internacional: 0058-274-2401152

Correo Electrónico: actualidadcontable@hotmail.com

SUSCRIPCIÓN A LA REVISTA ACTUALIDAD CONTABLE FACES

Nombre:

Ocupación:

Institución:

Dirección:

Ciudad: Estado:

Teléfono: Fax: e-mail:

TARIFAS (no incluye flete)

	Un ejemplar suelto	Anual (dos números)
VENEZUELA	Bs. 7.000	Bs. 14.000
EEUU	\$ 5	\$ 10

FORMA DE PAGO

Efectivo o cheques de gerencia a nombre de:
Ingresos Propios FACES

Depósito en cta. cte. No. 432-0-023492 Banco del Caribe:
a nombre de Ingresos Propios FACES

SUSCRIPCIÓN DE 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
USA	\$ 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

