

REVISTA ERUDITUS

CIENCIAS DE
LA ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA

Vol. 5 Num. 1

2024

FEBRERO MAYO



Universidad
Israel

DOAJ
DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

latindex
catálogo 2.0

CONTENIDO

5 Página legal

6 EDITORIAL
Mg. William Fernando Ortega Naranjo
Editor de la Revista ERUDITUS

9 Nivel de conocimiento sobre cultura financiera en
estudiantes de Educación Superior
Elsa de los Angeles Moreno Nasimba

25 Innovación de las pequeñas empresas en la fabricación
de muebles para viviendas de espacios reducidos
Yulissa Maruschka Navarro-Castillo
Ampelio Ferrando Perea

43 Evaluación de la campaña de comunicación “Nuestra
Felicidad es unir” desde criterios de RSE
Lianelys Valdés León
Kirk Díaz-Guzmán Corrales
Dianitsy Barreto Martínez

59 Ámbitos de la auditoría forense en países
latinoamericanos
(1998-2022)
Martha Karina Amezcua Luján
Sergio Iván Ramírez Cacho
J. Jesús Torres Barragán



77

El buen gobierno cooperativo y la administración integral de riesgos en el sistema financiero popular y solidario

Edison Fernando Simbaña Benalcázar

96

NORMAS DE PUBLICACIÓN
REVISTA ERUDITUS

PÁGINA LEGAL

EDITOR GENERAL	Mg. Paúl Francisco Baldeón Egas Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
EDITOR REVISTA ERUDITUS	Mg. William Fernando Ortega Naranjo Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
COMITÉ EDITORIAL	PhD. Klever Armando Moreno Gavilanes Universidad Técnica de Ambato, Ecuador PhD. Marco Antonio Rojo Gutiérrez Universidad Internacional Iberoamericana (UNINI), México PhD. Hernan Mauricio Quisimalin Santamaria Universidad Técnica de Ambato, Ecuador PhD. Edison Marcelo Coba Molina Universidad Técnica de Ambato, Ecuador PhD. Gabriel Arturo Pazmiño Solys Universidad Técnica de Ambato, Ecuador Mg. Colón Mauricio Sierra Moreno Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES), Ecuador Mba. Galo Fernando Cisneros Viteri Instituto Tecnológico Superior Cordillera, Ecuador PhD (c). Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez Universidad Central del Ecuador Mg. Mayra Alexandra Chicaiza Herrera Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador
GESTIÓN DE LA REVISTA ELECTRÓNICA	Mg. Paúl Francisco Baldeón Egas Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
RESPONSABLE DE ESTILO	Lcda. Carla Cristina Florez Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
CORRECTOR	Carlos A. Scarabelli Editor por la Universidad de Buenos Aires, Argentina
RESPONSABLE DE DISEÑO, MAQUETACIÓN Y DIAGRAMACIÓN	Mg. José Alejandro Vergelín Almeida Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
RESPONSABLE PROGRAMADOR	Ing. Carlos Alberto Rivadeneira Proaño Universidad Tecnológica Israel, Ecuador
PERIODICIDAD DE PUBLICACIÓN - CUATRIMESTRAL	
ENTIDAD EDITORA	Universidad Tecnológica Israel Dirección: Marieta de Veintimilla E4-142 y Pizarro, Quito Código postal EC-170522 editorial@uisrael.edu.ec - Teléfono: (02) 255-5741 ext. 113



EDITORIAL

“Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber”

Albert Einstein.

Nos complace presentar el número 1, volumen 5 de la Revista Eruditus. En este primer volumen del año 2024, la revista de investigación presenta propuestas investigativas referente a sucesos de valores corporativos, innovación, cultura financiera y responsabilidad empresarial. A continuación, se describe un extracto de los productos científicos de la presente publicación:

1. Nivel de conocimiento sobre cultura financiera en estudiantes de Educación Superior

Algunas dificultades que tiene la población de jóvenes ecuatorianos son: endeudamiento, falta de liquidez mensual y desconocimiento de conceptos básicos. El objetivo del estudio fue diagnosticar el nivel de conocimiento sobre cultura financiera de una muestra de 349 jóvenes de entre 18 a 30 años de edad que están cursando estudios universitarios en carreras financieras. La mayoría de los jóvenes de la muestra denotan una vulnerabilidad financiera para llegar a fin de mes con relación a sus gastos mensuales. El 93,39% tiene interés en realizar capacitaciones para mejorar su conocimiento de educación financiera.

2. Innovación de las pequeñas empresas en la fabricación de muebles para viviendas de espacios reducidos

El estudio se realizó mediante una encuesta y entrevista aplicada a 18 empresarios fabricantes y comercializadores de mobiliario con la evaluación de siete dimensiones: objetivos de la innovación, estrategias de innovación, innovación en procesos de producción, innovación en procesos administrativos, innovación en la comercialización y obstáculos a la innovación. Se obtuvo como principal resultado que los microempresarios de muebles recurren a la innovación abierta, a través de la imitación para permanecer en el mercado, conllevándolos a modificar sus procesos productivos, con la finalidad de adaptarse a las nuevas necesidades del mercado.

3. Evaluación de la campaña de comunicación “Nuestra Felicidad es unir” desde criterios de RSE

La investigación se realizó en la División Territorial de Villa Clara (DTVC) de la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba (ETECSA). El objetivo fue evaluar la campaña de comunicación “Nuestra felicidad es unir”, desde criterios de la Responsabilidad Social Empresarial en la DTVC. Los principales resultados arrojaron dificultades en el alcance de los mensajes emitidos y en el impacto esperado, por lo que se considera necesario continuar trabajando en temas de comunicación de responsabilidad social desde la empresa hacia sus clientes.

4. Ámbitos de la auditoría forense en países latinoamericanos (1998-2022)

Las principales conclusiones son tres: primero, se proponen tres ámbitos de la auditoría forense: 1) el de la competencia profesional de los expertos en la que prevalecen los conocimientos inherentes al campo de la auditoría, contaduría, legales, tecnológicos, en metodologías y herramientas forenses; 2) el de aplicación, para investigaciones de índole penal, así como, en la prevención y detección de delitos económicos, financieros y fiscales; 3) el de acción, que comprende tanto el sector público como privado. Segundo, se identifican los medios probatorios que relacionan a la auditoría forense con los términos con que se le denomina, evidenciándose la definición de auditoría forense solo en una norma mexicana. Tercero, las tendencias actuales indican una apertura a la rendición de cuentas, fiscalización de empresas privadas y su implementación sin que medie un delito.

5. El buen gobierno cooperativo y la administración integral de riesgos en el sistema financiero popular y solidario

La Economía Popular y Solidaria responsabiliza adoptar prácticas de buen gobierno cooperativo, el compromiso universal para aplicar valores y principios cooperativistas, y prácticas de buen gobierno cooperativo. Se investigó la incidencia del buen gobierno cooperativo en la administración integral de riesgos, identificando parámetros normativos nacionales e internacionales aplicables para las COACs, contrastando la correlación perpetuada entre ellas para decidir y generar un sistema de control interno, considerando los riesgos financieros, como los no financieros, como parte de la ética, moral y transparencia, que confluye en la rendición de cuentas, como una responsabilidad de sus administradores, salvaguardando así los derechos del público en general.



Agradecemos a la comunidad científica y académica que aporta con sus contribuciones investigativas, mismas que han pasado el proceso de revisión de pares, aportando a la creación de conocimiento que dan alternativas de solución a las problemáticas sociales y de empresa. Reiteramos la cordial invitación a nuevas propuestas que planteen discusiones, describan experiencias y planteen acciones de mejora en las organizaciones.

Mg. William Fernando Ortega Naranjo
Editor de la Revista ERUDITUS

Nivel de conocimiento sobre cultura financiera en estudiantes de Educación Superior

Level of knowledge about financial literacy in Higher Education students

Fecha de recepción: 2023-08-15 • Fecha de aceptación: 2024-01-04 • Fecha de publicación: 2024-02-10

Elsa de los Angeles Moreno Nasimba¹

Instituto Superior Tecnológico Cordillera, Ecuador

Angeles.morenore@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1839-949X>

RESUMEN

La importancia del crecimiento económico que tiene un país está ligada al conocimiento sobre educación financiera que tiene la población. Algunas dificultades que tiene la población de jóvenes ecuatorianos son: endeudamiento, falta de liquidez mensual y desconocimiento de conceptos básicos. El objetivo del estudio fue diagnosticar el nivel de conocimiento sobre cultura financiera de una muestra de 349 jóvenes de entre 18 a 30 años de edad que están cursando estudios universitarios en carreras financieras. Se describieron tres características: planificación y manejo de las finanzas, comportamiento y actitudes financieras y conocimiento financiero, para evaluar el nivel de conocimiento de la cultura financiera de los estudiantes encuestados. La mayoría de los jóvenes de la muestra denotan una vulnerabilidad financiera para llegar a fin de mes con relación a sus gastos mensuales. Los estudiantes prevén un mes para sobrevivir sin una fuente de ingreso mensual en caso de quedarse sin empleo. El 93,39% tiene interés en realizar capacitaciones para mejorar su conocimiento de educación financiera. Por tal motivo, se deben establecer capacitaciones sobre

toma de decisiones financieras, informadas como un pilar fundamental de la inclusión económica para fortalecer la administración de recursos, desarrollar habilidades para realizar inversiones que satisfagan sus necesidades básicas mensuales.

PALABRAS CLAVE: finanzas, deuda, planificación económica, comportamiento económico, recursos económicos, liquidez

ABSTRACT

The importance of a country's economic growth is linked to the population's knowledge of financial education. Some of the difficulties faced by young Ecuadorians are: indebtedness, lack of monthly liquidity and lack of knowledge of basic concepts. The objective of the study was to diagnose the level of knowledge about financial culture of a sample of 349 young people between 18 and 30 years of age who are pursuing university studies in financial careers. Three characteristics were described: financial planning and management, financial behavior and attitudes, and financial knowledge, to assess the level of financial literacy knowledge of the surveyed students. Most of the young people in the sample denote a financial vulnerability to make ends meet in relation to their monthly expenses. The students foresee one month to survive without a monthly source of income in case they become unemployed. 93.39% are interested in taking training to improve their knowledge of financial education. For this reason, training on informed financial decision making should be established as a fundamental pillar of economic inclusion to strengthen resource management, develop skills to make investments that meet their basic monthly needs.

KEYWORDS: finance, debt, economic planning, economic behavior, economic resources, liquidity, economic planning

Introducción

La cultura financiera dentro de una sociedad es fundamental debido a que esta aporta a la economía exitosa de un país; sin embargo, no ha tenido un impacto en las personas debido a que no se tiene conciencia, dominio sobre el manejo de las finanzas y existe desconocimiento sobre las nociones básicas del tema; por ejemplo: las personas en la vida práctica saben poco sobre conceptos financieros básicos como inflación, tasas de interés, mercado de capitales, riesgo, endeudamiento y rentabilidad (Fuentes y Camargo, 2018).

En América Latina se aplicó una encuesta para medir la alfabetización financiera donde se establecieron las siguientes características: las personas con mayor nivel de ingresos tienen mayor conocimiento financiero; en promedio, las mujeres son responsables del presupuesto familiar, administran las decisiones del hogar y tienen mayor aversión al riesgo que los hombres; sin embargo, tienen un menor conocimiento sobre el tema (García et al., 2013).

Se debe mencionar, que en América latina y el Caribe sí ha existido un crecimiento en el índice financiero; sin embargo, siguen existiendo altos niveles de pobreza, desigualdad y exclusión financiera que afecta a sectores urbanos como rurales, estos resultados se van a ver reflejados en la falta de desarrollo económico y financiero de la población (Alliance for Financial Inclusion, 2020).

Para la fundación de la Universidad de Cantabria (2007) la cultura financiera es entender cómo el dinero se genera, qué uso se le da, cómo se puede ahorrar o invertir; es así que se habla que las finanzas personales son la administración del dinero con inteligencia financiera que permita tener conciencia de las decisiones informadas que se tomen durante la vida productiva y luego en la jubilación (Chávez et al., 2021). La cultura financiera juega un papel muy importante en la vida personal; es por esto que las instituciones educativas deben promover programas curriculares que aborden este tema (Figueroa, 2009).

En países como China, Bélgica y Estonia se ha desarrollado un plan de educación financiera como clave para formar ciudadanos conscientes sobre su gasto y el uso que le dan al dinero con capacitación. En 2014 se publicó un ranking de los países con mayor cultura financiera entre los jóvenes. De los 18 países participantes, el único de la región latinoamericana en figurar es Colombia, en el último puesto; en este mismo sentido, la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OECD) en un informe de 2013 menciona que es necesario que la población comprenda las bases fundamentales de la educación financiera para poder apoyar al crecimiento de América Latina.

En este mismo tema, las actitudes y comportamientos financieros fueron medidos demostrando que en Brasil y Perú tienen control sobre su manejo financiero, entre tanto Chile demostró que menos de la mitad de la población tiene control sobre sus gastos (Moreno et al., 2017); siguiendo este análisis, es decir, el ahorro e inversión, se pudo evidenciar que la mayor parte de la región no ahorra para la jubilación (García et al., 2013). Asimismo, Ramos et al. (2017) menciona que existe falta de planeación, compra de artículos innecesarios, adquisición de artículos de consumo a crédito, falta de ahorro para la jubilación, poco interés por comparar productos financieros, tendencia a tomar decisiones basadas en los sentimientos.



Este tema se puede abordar desde distintas teorías como la del ahorro, que consiste en el estudio del comportamiento y los factores que influyen en los individuos y hogares en las decisiones de ahorro. La teoría del consumo describe el comportamiento de los agentes económicos y los factores que influyen en la toma de decisión de qué comprar y cuanto gastar; por otro lado, la teoría de los ciclos de vida está enfocada en la educación financiera que sugiere que las personas deben planificar y administrar sus finanzas a lo largo de diferentes etapas de sus vidas (Keynes, 1936; Vanegas et al., 2013; Triberti y Massa, 2022).

A propósito de las finanzas personales, un factor importante es el autoconocimiento; es decir, como resuelve o toma decisiones frente a una situación financiera. En este sentido, se puede mencionar que las decisiones en ocasiones se basan en emociones; por tal motivo, es importante establecer el concepto de Inteligencia Emocional, según Mayer y Salovey (1997) se define como la capacidad de comprender las emociones y la información emocional, y la capacidad de manejar las emociones conduce al desarrollo de las emociones y la inteligencia; es decir que, al reconocer los sentimientos propios y de los demás en un análisis que permita obtener información que luego servirá para guiar pensamientos y acciones (Chávez et al., 2021).

En Ecuador, la consultora Aval en 2013 realizó una investigación a 5.000 ecuatorianos sobre finanzas individuales, indicando que el 22% no tiene planificado su futuro; es por esto que López et al. (2016) señala la necesidad de fortalecer la educación financiera que potencie la capacidad financiera, alfabetización por edades para permitir de esta manera que el conocimiento financiero esté al más alto nivel, para mejorar las condiciones económicas (Araujo et al., 2019).

En este sentido, la Fundación Programa de Educación Financiera para la comunidad (CRISFE) (2021) menciona en sus memorias que la educación en finanzas ayuda a generar inclusión financiera, mejora hábitos y habilidades en las personas a través de fortalecer las decisiones para realizar compras inteligentes, seleccionar productos financieros acorde a sus necesidades y así conocer derechos y responsabilidades (Azar y Mejía, 2020).

Por su parte, Ecuador según la resolución SB-2015-665 emitida por el Banco Central establece como política de inclusión financiera la educación financiera a los clientes, que tiene como propósito sensibilizar a la población sobre el buen uso del sistema financiero, conocer conceptos básicos como el ahorro, la planificación, inversión y control de gastos entre otras opciones financieras. Son fundamentales para manejar las finanzas de los ecuatorianos (Gavilanes, 2017).

Durante 2020 y 2021 la Fundación CRISFE realizó una capacitación estructurada y continua a 73.576 personas sobre hábitos de administración de recursos, acceso a productos financieros informados y toma de decisiones financieras acorde al ciclo de vida de las personas. Por esta razón el objetivo del estudio fue diagnosticar el conocimiento sobre cultura financiera de un grupo de estudiantes de educación superior en Quito- Ecuador.

Metodología

El enfoque que se aplica es cuantitativo, se analizan variables como planificación financiera, comportamiento, actitudes y conocimiento. Se empleó Excel 2019 para el análisis de datos. La

metodología se basa en la teoría de los ciclos de vida, enfatizando la importancia de la educación financiera para el crecimiento económico y la inclusión financiera. La técnica utilizada para la investigación fue una encuesta escrita cuyo instrumento fue un cuestionario en línea para obtener los datos sobre el nivel de conocimiento sobre cultura financiera.

La muestra de la investigación fue de 349 jóvenes de entre 18 a 30 años de edad que están cursando estudios universitarios en carreras financieras. El cuestionario se realizó a través de la herramienta de la plataforma Forms del Office 365 aplicada a los estudiantes. Se analizaron las dificultades que se pueden presentar en la toma de decisiones bajo tres características establecidas en 19 preguntas sobre: 1) planificación y manejo de las finanzas; 2) comportamiento y actitudes financieras, y 3) conocimiento financiero (Estrada et al., 2017). Finalmente, se realizó la tabulación de datos y análisis de las características mencionadas mediante el uso una hoja de cálculo.

Resultados

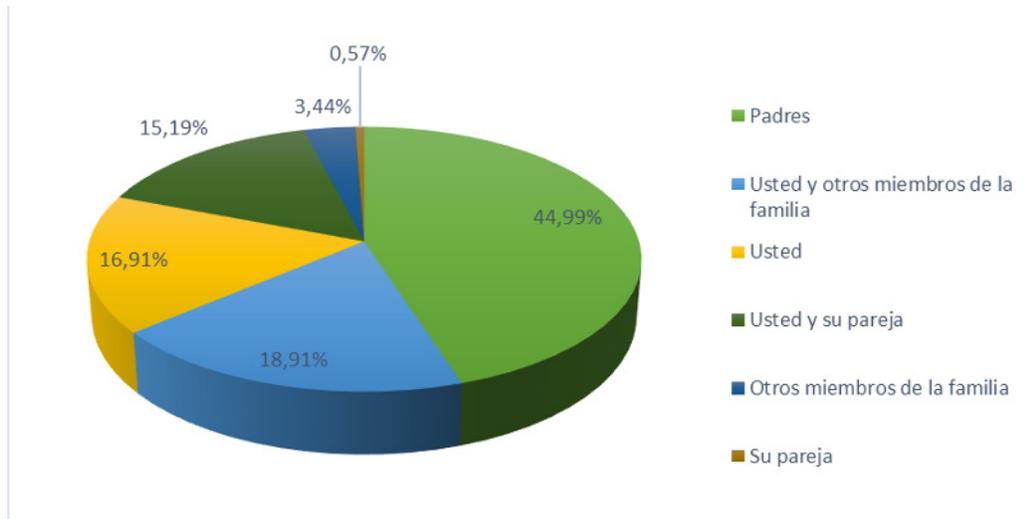
A continuación, se detallan los datos sociodemográficos de los encuestados: la edad de los participantes, con un 42% se encuentran entre los 18 a 21 años, seguidos con un 27% con edades de 22 a 25 años; el 56% de los encuestados fueron mujeres y el 44% hombres. Adicionalmente, el 52% de los encuestados se encuentran inactivos laboralmente y el 48% está activo; dentro de este grupo se puede destacar que el 68% trabaja en relación de dependencia.

Asimismo, el 34% de los encuestados describe que su núcleo familiar está conformado por 5 o más personas, 32% por 4 personas y un 22% por 3 personas. Por otro lado, el 19% tienen un ingreso de 801-1.000 dólares, el 38% tiene un ingreso entre 451-600 dólares, seguido de un 33% que percibe de 1 a 450 dólares mensuales.

Se describieron tres características: planificación y manejo de las finanzas, comportamiento y actitudes financieras y conocimiento financiero, para evaluar el nivel de conocimiento de la cultura financiera de los estudiantes encuestados (*Figuras 1 y Figura 2*).

Figura 1

Responsable de las Decisiones Financieras en el Hogar

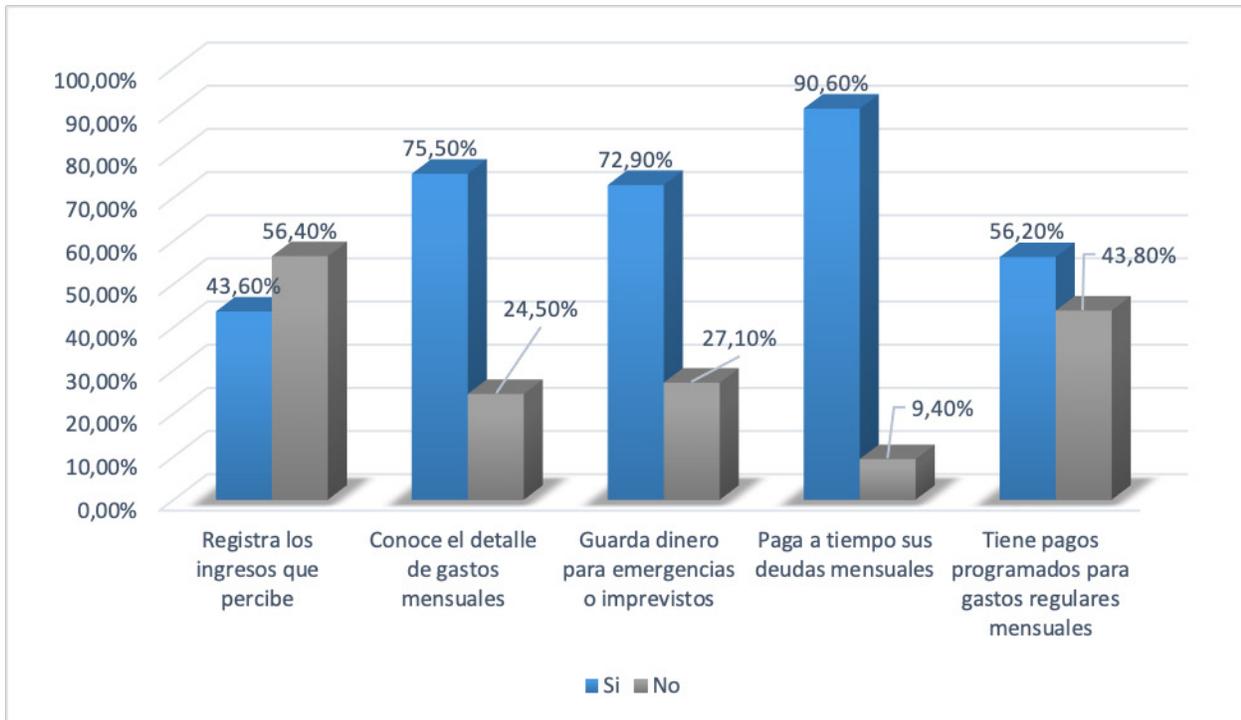


Como se puede observar en la *Figura 1*, la persona responsable de las finanzas dentro del hogar son los padres. Dentro de las finanzas personales es importante definir quién toma las decisiones financieras y si el resto de miembros conoce del tema.

La segunda característica permitió conocer el comportamiento y actitudes financieras (*Figura 2*).

Figura 2

Afirmaciones Sobre Planificación y Manejo de las Finanzas



La situación financiera del último mes se describe en la *Tabla 3*. Se observa que los encuestados califican su situación financiera como vulnerable con un 55%; es decir, las familias pueden caer en endeudamiento por la falta de conocimiento de la correcta administración de sus finanzas.

Tabla 1

Calificación de la Situación Financiera del Anterior Mes

Calificación de la situación financiera	Frecuencia	Porcentaje
Vulnerable	192	55,17%
Sobresaliente	92	26,44%
Crítica	33	9,48%
No tiene idea	31	8,91%
Total	348	100.00%

En *Tabla 1* se muestra que existe dispersión sobre el nivel de estrés que puede generar el dinero; es importante recalcar que la falta de conocimiento real sobre el estado de las finanzas genera estrés.

Tabla 2

Nivel de Estrés por Temas de Dinero

Nivel de estrés por temas de dinero	Frecuencia	Porcentaje
Poco estresado (a)	141	40,52%
Estresado (a)	129	37,07%
Muy estresado (a)	42	12,07%
Sin estrés	20	5,75%
Totalmente estresado (a)	16	4,60%
Total	348	100.00%

En la *Tabla 2* se puede observar que existen niveles de preocupación ocasionales frente a diferentes temas, que abarcan las finanzas personales; sin embargo, se puede mencionar que el comportamiento puede ser en ocasiones por la falta de habilidad, aptitudes y condiciones del entorno.

Tabla 3

Nivel de Preocupación Sobre Comportamiento y Actitudes Financieras

Nivel de preocupación sobre	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Deudas	8,00%	8,60%	33,90%	27,00%	22,40%
Falta de dinero	7,40%	18,30%	29,20%	24,50%	20,60%
Manchar mi historial crediticio	24,90%	14,80%	16,90%	17,80%	25,50%
Incapacidad de cubrir necesidades básicas	20,70%	18,30%	22,80%	19,20%	18,90%
Estado de salud	12,40%	13,90%	25,40%	22,50%	25,70%
La vejez o el futuro	9,90%	15,20%	31,00%	21,50%	22,40%

Se puede observar una actitud y comportamiento no concluyente debido a la diversidad de respuestas sobre la cultura financiera que la persona aplica en su entorno familiar; es decir, pueden primar las emociones y no el razonamiento (*Tabla 4*).

Tabla 4*Actitudes y Comportamiento Frente al Dinero*

Actitud y comportamiento frente al dinero	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Antes de comprar pienso con cuidado si podré pagar	57,60%	30,80%	6,40%	1,50%	3,80%
Me gusta vivir al día sin pensar demasiado en el futuro	8,80%	17,10%	28,30%	40,10%	5,60%
Me gusta pagar a tiempo mis deudas	53,10%	33,90%	3,80%	1,20%	8,00%
Mis finanzas son algo que cuido personalmente	17,50%	44,80%	26,46%	8,60%	2,70%
Me gusta tener metas financieras para lograr cosas	40,80%	42,90%	7,70%	1,20%	7,40%
El dinero es para gastarlo	5,80%	17,30%	46,30%	27,20%	3,50%

En la *Tabla 5* se puede observar que el total de encuestados no tiene la posibilidad de ahorro, dentro del análisis de las finanzas personales resulta importante destinar un dinero para los imprevistos.

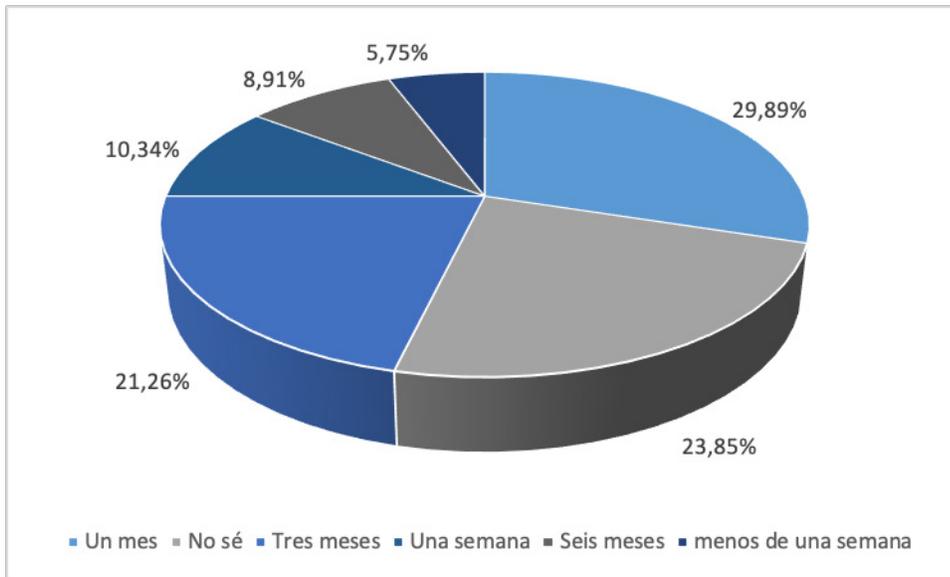
Tabla 5*Formas de Ahorro*

Forma de ahorro	Frecuencia	Porcentaje
No ahorro (no me alcanza)	92	26,44%
Tengo una alcancía	73	20,98%
Tengo un ahorro automático	70	20,11%
Tengo un monto para imprevistos	63	18,10%
He abierto fondos o certificado de depósito	35	10,06%
Doy dinero a un familiar para que lo guarde a mi nombre	13	3,74%
No quiero ahorrar	2	0,57%
Total	348	100,00%

El total de encuestados describe que podría sobrevivir a la pérdida de ingresos por un mes (*Figura 3*).

Figura 3

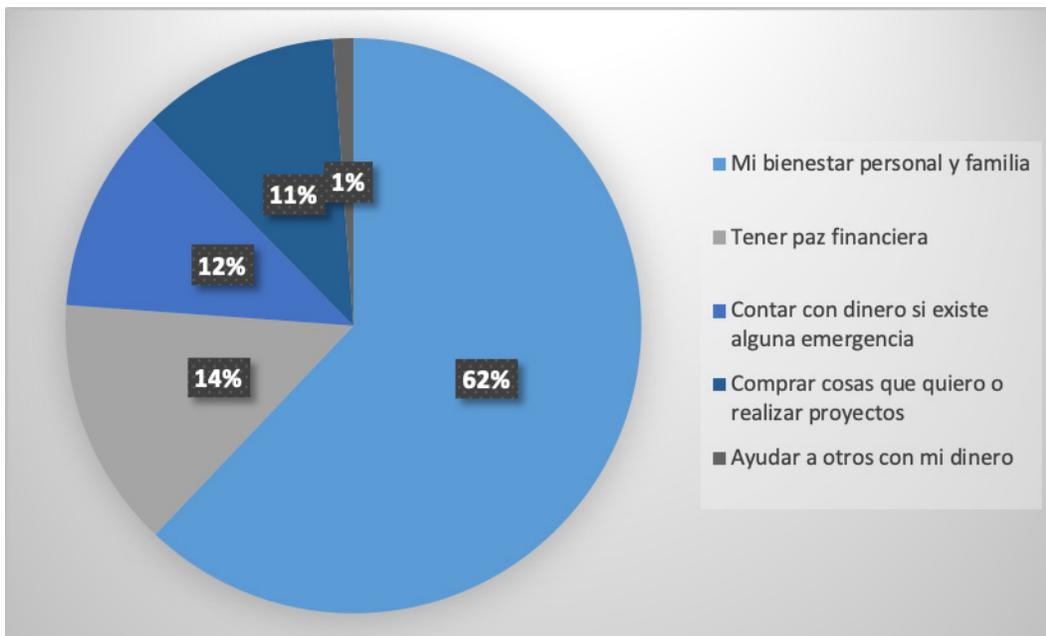
Tiempo Estimado para Sobrevivir sin Ingresos



En la *Figura 4* se puede observar que el 62% de encuestados está motivado por el bienestar propio y de la familia para el manejo del dinero.

Figura 4

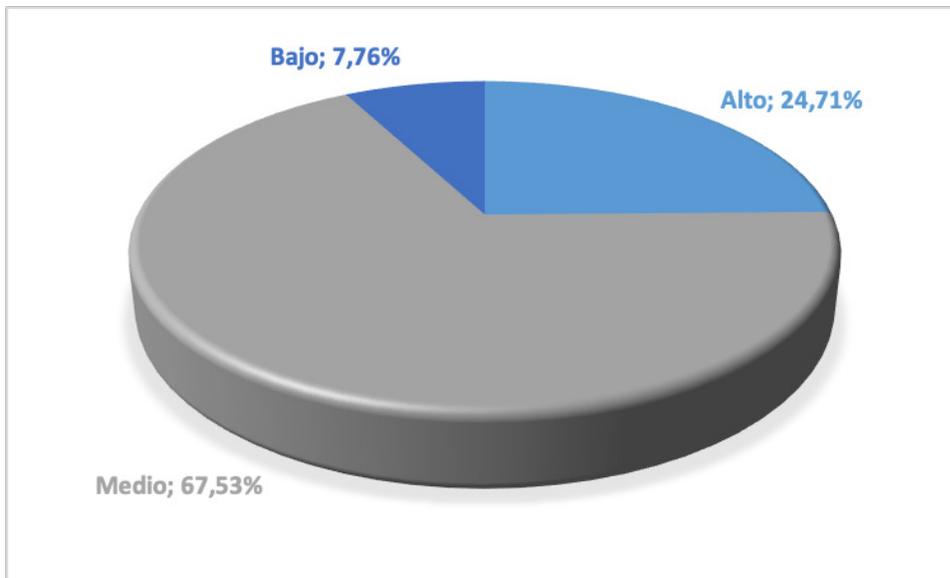
Motivos para Cuidar el Dinero



La tercera característica permitió evaluar el conocimiento financiero que indican los encuestados. En la *Figura 5* se puede observar que existe un conocimiento medio sobre cultura financiera que puede ser reforzado a través de la capacitación en educación financiera para la toma de decisiones informadas.

Figura 5

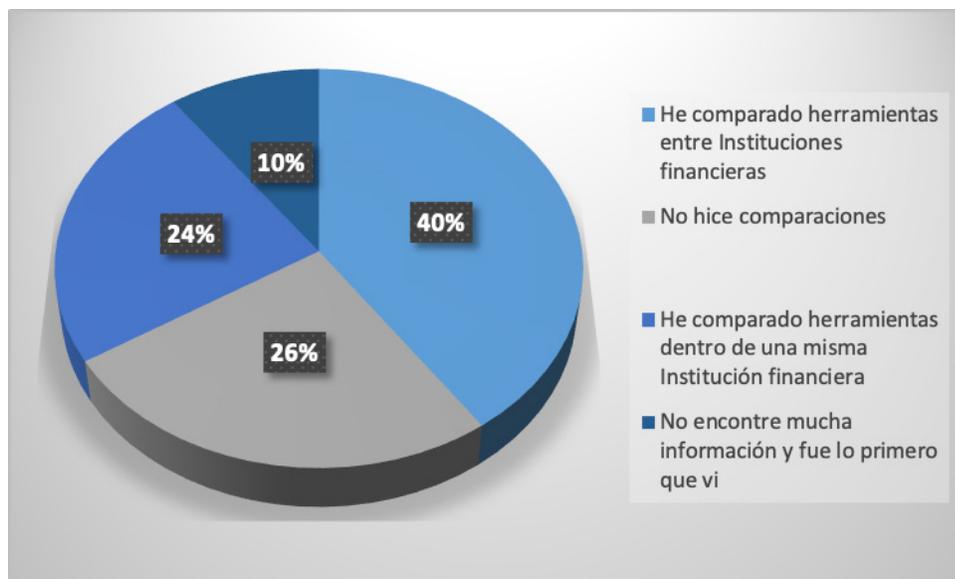
Conocimiento de Cultura Financiera



En la *Figura 6* se puede ver que existe la intención de analizar y tomar decisiones financieras informadas, este conocimiento puede mejorar a través de educación financiera.

Figura 6

Selección de Herramientas o Productos Financieros



El 93,39% tiene interés en realizar capacitaciones para mejorar su conocimiento de educación financiera.

Conclusiones

El crecimiento económico de un país está ligado al conocimiento sobre educación financiera de la población; es así que se debe dar prioridad a generar estrategias para educar a la población en temas relacionados al ahorro, gasto, la inversión, el endeudamiento, uso de la tarjeta de crédito para el fortalecimiento de las finanzas familiares y a su vez apoyar a la economía. Es importante mencionar que la educación financiera puede disminuir la pobreza y promover la inclusión financiera (Chávez et al., 2021).

Se puede mencionar que, dentro de los resultados obtenidos de la encuesta, se observó que la muestra tiene un nivel medio de ingresos; a su vez, que los encuestados tienen algo de estrés por el tema de dinero; esto se puede deberse a que no existe dominio en temas de administración de dinero y manejo emocional. En este sentido, la OEDC (2013) menciona los beneficios que trae la alfabetización de la sociedad en temas financieros permitiendo promover ahorro, prudencia en los gastos y análisis frente a solicitar un crédito.

Asimismo, los comportamientos y aptitudes de los encuestados presentaron una situación financiera vulnerable, un nivel de preocupación ocasional sobre su dinero, predominio de emociones frente a situaciones diarias, falta de ahorro. Por lo tanto, los encuestados prevén un mes para sobrevivir sin ingresos; esto puede ser un problema a futuro por la falta de conocimiento de una correcta administración y fortalecimiento de habilidades y destrezas en temas financieros.

Dentro de este tema el Estado ecuatoriano promueve una resolución que permite la capacitación, pero esta disposición está orientada a que las instituciones financieras brinden esta capacitación. En tanto, para Mungaray et al. (2020) se hace indispensable la colaboración de entes públicos como privados que permitan tener acceso a talleres de capacitación sobre educación financiera, donde se trabajen tres componentes importantes como son: conocimientos, actitudes y comportamientos financieros. Además, el Estado ecuatoriano a través de su reglamento, brinda apoyo a emprendedores mediante créditos a tasas atractivas, plazos prudentes y apoyar a las ideas innovadoras para que se plasmen y exista un crecimiento económico para el país.

Por otro lado, las emociones pueden servir como fortaleza o debilidad en el manejo del dinero; es por esto que se considera como una herramienta importante dentro del campo de las finanzas personales siempre y cuando existe un conocimiento informado donde no intervengan las emociones sino el razonamiento y la creación de hábitos de ahorro, consumos que den como resultado una vida financiera sana (Chávez et al., 2021).

Asimismo, generar estrategias de cambio en el comportamiento económico de los estudiantes y sus familias promueve un bienestar y toma de decisiones informadas en las finanzas personales. La cultura financiera juega un papel muy importante en la vida personal; es por esto que las instituciones educativas deben promover programas curriculares que aborden este tema (Araujo et al., 2019).



Referencias

- Alliance for Financial Inclusion. (2020). Educación Financiera en América Latina y el Caribe - caso de estudio. *Afi-global.org*. https://www.afi-global.org/wp-content/uploads/2020/12/AFI_CEMC_FI_CS_SP.AW_digital.pdf
- Araujo, S., Lastra, N., Lucero, J., y Sandoval, D. (2019). El papel de la Educación Financiera y su incidencia en la economía familiar. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y valores*, (33), 1-18. <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/1390>
- Azar, K., y Mejía, D. (26 de noviembre de 2020). ¿Qué elementos deben contemplar los programas de educación financiera para reducir la brecha de género? *Visiones*. <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2020/11/que-elementos-deben-contemplar-los-programas-de-educacion-financiera-para-reducir-la-brecha-de-genero/>
- Chávez, B., Tortolero, R., Figueroa, E., y Gómez, J. (2021). La inteligencia emocional y su relación con las finanzas personales en docentes universitarios de Durango México. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 5(6), 14.494-15.007 https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1451
- Estrada, A., Arévalo, P., Moya, S., Aranda, C., y Rivera, S. (2017). Propuesta de cuestionario para medir el nivel de conocimiento sobre las finanzas personales de jóvenes universitarios. *Global Business Administration Journal*, 1(2), 56-64. <https://doi.org/10.31381/gbaj.v1i2.1334>
- Figueroa, L. (2009). Las finanzas personales. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (65), 123-144. <https://doi.org/10.21158/01208160.n65.2009.463>
- Fuentes, G., y Camargo, J. (2018). Estudio de educación en finanzas personales en los estudiantes Universitarios Caso de estudio: Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquia. *Revista de negocios & Pymes*, 4(12), 49-59.
- García, N., Grifoni, A., López, J., y Mejía, D. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas*. CAF. Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe.
- Gavilanes, A. (2017). *Estudio de la cultura financiera familiar en la ciudad de Quito, estrato medio, sector norte, a partir de la vigencia de las normativas 2393 y 665 de la Superintendencia de Bancos del Ecuador* [Tesis de grado, , Pontificia Universidad Católica del Ecuador].
- Keynes, J. (1936). *Teoría general del empleo, el interés y el dinero*. Cambridge University Press.
- López, Y., Malaver, D., y Campos, Y. (2016). *Análisis del impacto financiero derivado de las falencias en educación financiera desde el modelo de educación básica y media en Colombia y su incidencia en las*

oportunidades de negocio en los jóvenes, en el período 2009-2014 [Especialización, Universidad la Gran Colombia].

- Mayer, J., & Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? En P. Salovey y D. Sluyter (Eds.), *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications* (pp. 3-31). Basic Books.
- Moreno, E., García, A., y Gutiérrez, L. (2017). Nivel de educação financeira em cenários de ensino superior. Um estudo empírico em estudantes da área económico-administrativa. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 8(22), 163-183.
- Mungaray, A., Gonzalez Arzabal, N., & Osorio Novela, G. (2020). Educación financiera y su efecto en el ingreso en México. *Problemas del desarrollo Revista Latinoamericana de Economía*, 52(205), 55-78. <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2021.205.69709>
- Ramos, J., García, A., y Moreno, E. (2017). Educación financiera: una aproximación teórica desde la percepción, conocimiento, habilidad, y uso y aplicación de los instrumentos financieros. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2, 267-278. <http://hdl.handle.net/10662/15208>
- Triberti, G., y Massa, R. (2022). Ahorro y patrones de comportamiento colectivo en el sistema de pensiones de México. *Análisis económico*, 37(94), 7-21. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v37n94/triberti>
- Vanegas, J., León, D., y White, K. (2013). Capacidad de ahorro en estudiantes de educación superior. Un estudio empírico en el Tecnológico de Antioquia. *Revista En-Contexto*, 1(1), 123.-139. <https://doi.org/10.53995/23463279.50>



Copyright (2024) © Elsa de los Angeles Moreno Nasimba



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)

Innovación de las pequeñas empresas en la fabricación de muebles para viviendas de espacios reducidos

Innovation of small companies in furniture's manufacturing of for homes with reduced spaces

Fecha de recepción: 2023-07-07 • Fecha de aceptación: 2024-01-16 • Fecha de publicación: 2024-02-10

Yulissa Maruschka Navarro-Castillo¹

Universidad Nacional Agraria la Molina, Perú

ynavarro@lamolina.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-3697-5163>

Ampelio Ferrando Perea²

Universidad Nacional Agraria la Molina, Perú

ampelio@lamolina.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-6666-9415>

RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo con el propósito de examinar el progreso de ventajas competitivas, a través de la innovación en las pequeñas empresas fabricantes de mobiliario para residencias de espacios reducidos del parque industrial de Villa El Salvador. El estudio se realizó mediante una encuesta y entrevista aplicada a 18 empresarios fabricantes y comercializadores de mobiliario con la evaluación de siete dimensiones: objetivos de la innovación, estrategias de innovación, innovación en procesos de producción, innovación en procesos administrativos, innovación en la comercialización y obstáculos a la innovación. Se obtuvo como principal resultado que los microempresarios de muebles recurren a la innovación abierta, a través de la imitación para

permanecer en el mercado, conllevándolos a modificar sus procesos productivos, con la finalidad de adaptarse a las nuevas necesidades del mercado. El estudio concluye que las pequeñas empresas fabricantes de mobiliario para viviendas de espacios reducidos optaron por incorporar innovaciones mediante una estrategia imitativa, con el propósito de ingresar y explotar nuevos mercados transformando y mejorando significativamente su competitividad y la del sector de la fabricación de mobiliario.

PALABRAS CLAVE: innovación, muebles, pequeñas empresas, espacios reducidos

ABSTRACT

This research was carried out with the purpose of examining the progress of competitive advantages through innovation in small companies that manufacture furniture for small-space residences in the industrial park of Villa El Salvador. The study was carried out by means of a survey and interview applied to 18 furniture manufacturing and marketing entrepreneurs with the evaluation of seven dimensions: innovation objectives, innovation strategies, innovation in production processes, innovation in administrative processes, innovation in marketing and obstacles to innovation. The main result was that furniture micro-entrepreneurs resort to open innovation through imitation to remain in the market, leading them to modify their production processes in order to adapt to new market needs. The study concludes that small furniture manufacturers for small-space housing opted to incorporate innovations through an imitative strategy, with the purpose of entering and exploiting new markets, transforming and significantly improving their competitiveness and that of the furniture manufacturing sector.

KEYWORDS: innovation, furniture, small business, small spaces

Introducción

Las empresas, en su constante búsqueda de innovación, no solo se enfocan en la incorporación de tecnologías como la automatización y la estandarización en sus procesos, sino también están implementando nuevas prácticas de gestión. Entre ellas se encuentran las culturas empresariales participativas, las cuales fomentan la colaboración y la creatividad, así como la implementación de la gestión por objetivos. Este último enfoque no solo establece metas claras, sino que también integra sistemas de recompensas para motivar a los empleados.

En términos de estructura organizativa se observa una creciente tendencia hacia la comunicación horizontal. Este enfoque fomenta un flujo de información más directo y eficiente, facilitando la toma de decisiones ágiles y adaptativas. Además, la innovación no se limita solo a procesos internos y prácticas de gestión, es notable la tendencia hacia la creación de nuevos modelos de negocio, especialmente evidenciado por la expansión de empresas con recursos altamente tecnológicos. Algunas de estas empresas utilizan tecnologías avanzadas como impresiones en 3D o inteligencia artificial, permitiéndoles satisfacer las necesidades de la sociedad de manera más personalizada y en un tiempo más corto.

Esta convergencia de tecnología y estrategias empresariales está dando forma a un panorama empresarial dinámico y adaptable, donde la innovación se convierte en un factor clave para la competitividad y el éxito a largo plazo.

En este sentido, el desarrollo de innovación es un factor determinante para que las compañías puedan expandir sus mercados mediante la creación de productos más atractivos y competitivos. En consecuencia, los cambios que se han presentado en las tendencias de las preferencias del consumidor, la presencia de grandes fabricantes y distribuidores, el tamaño de las viviendas y el desarrollo económico, han llevado a la industria del mobiliario a adaptarse mediante estrategias innovadoras, mejorando su adaptabilidad a las circunstancias del entorno, incluso, conllevar a promover proyectos públicos que potencien la industria que muestra un crecimiento sostenido.

Se observa que los espacios en metros cuadrados en los hogares son cada vez más reducidos, dado que existe una sobrepoblación en las grandes ciudades que mantiene una tendencia a desarrollar proyectos residenciales más pequeños, por lo que se puede observar un aumento en ambientes reducidos que necesitan crear espacios funcionales. Para lograr tal fin, resulta imperativo la creación y la fabricación de mobiliario de carácter multifuncional, cuyas dimensiones se ajusten a las diversas necesidades de una residencia reducida (menor a 50 m²) que contenga sala recibidor, comedor, dormitorio, baño y cocina.

En Lima se evidencia la tendencia de construir residencias con una superficie cada vez más reducida, las personas buscan desplazarse a medida que se encuentran en dificultades en el transporte y la carencia de infraestructura adecuada, que obstaculizan el tráfico en las vías públicas de la capital, lo cual, al concluir esta investigación, no parece tener alternativas de solución en el corto plazo.



Asimismo, los trabajadores anhelan residir en áreas de mayor conectividad, con el fin de acceder rápidamente a su residencia. En adición, para la generación *millennial* resulta crucial la ubicación de la vivienda en distritos céntricos con mayor conectividad y dinamismo en la vida urbana. Por lo tanto, se buscan áreas residenciales que tengan acceso cercano a las líneas de transporte público y a medios adicionales, tales como ciclovías y parques. En general, los jóvenes se encuentran en la búsqueda continua de un departamento para adquirir su identidad, especialmente en las unidades inmobiliarias de menor tamaño ubicadas en áreas céntricas (Guardia, 2018).

No obstante, ADI Perú (2018) indica que la tendencia es escoger un espacio para vivir en función del precio, eligiendo apartamentos más pequeños con un espacio entre 40 y 45 m² que incluya sala/comedor, dormitorio y cocina; especialmente destinados a personas que no tienen familia aún, con acceso a créditos bancarios. Los proyectos de esta clase de vivienda presentan áreas comunes, tales como sala de bar, sala de juego, área de parrilla, piscinas, y proyectos que se asocian con *coworking*, un espacio de trabajo compartido e inspirador, que impulsa y fomenta la co-creación. En este sentido, siempre hay un individuo preocupado por generar comunidad y valor añadido, en este sentido, el departamento será utilizado más como un lugar para dormir, que para realizar actividades sociales como reuniones con amigos o familiares.

Igualmente, se llevan a cabo proyectos de edificios mixtos, con áreas para viviendas, oficinas, comercios y hasta hoteles. Existen también proyectos que combinan pisos para oficinas boutique, con pisos con departamentos de viviendas. En estos establecimientos las oficinas son reducidas, frecuentemente destinadas a médicos o abogados, cuyo espacio puede ser de 20 m². De esta manera, pueden vivir y ocupar su espacio de trabajo en el mismo edificio, sin necesidad de trasladarse. En este contexto, un tercero especializado se encarga de la gestión del edificio.

En relación con la innovación en pequeñas empresas peruanas, Yrigoyen (2013) sostiene que el fenómeno de innovación se está examinando desde una perspectiva multidimensional, la cual incluye diversos tipos tales como las innovaciones de producto, procesos de producción y/o administrativos, mercadotecnia y mercado. Entre las dimensiones estudiadas, resulta sumamente importante la innovación en el diseño de los muebles, un componente bastante estudiado: el diseño multifuncional de muebles para viviendas de espacios reducidos. En diversas investigaciones llevadas a cabo por diversos autores (Cadavid, 2018; Campos, 2019; Eme y Rodríguez, 2016; Suárez, 2018) se evidencia que el mobiliario transformable que ahorra espacio es un producto innovador con grandes ventajas para el desarrollo futuro, y un mercado con amplio potencial en las ciudades.

Los diseños de muebles transformables que ahorran espacio pueden ser incluso más variables que los de las camas, mesas y sillas en las que se centra su estudio. Los mobiliarios transformables que otorgan mayor espacio a las viviendas de menor dimensión permiten que las viviendas tengan un ambiente mejor organizado, cumpliendo múltiples funciones. Dado estas circunstancias, se llevó a cabo una investigación con el propósito de examinar el progreso de ventajas competitivas a través de la innovación en las pequeñas empresas fabricantes de mobiliario, para viviendas de espacios reducidos del parque industrial de Villa El Salvador.

Metodología

2.1 Lugar de la investigación

La investigación se llevó a cabo en el parque industrial del distrito de Villa El Salvador, Lima-Perú, mediante la entrada a los propietarios de las empresas fabricantes y comercializadoras de mobiliario transformable.

2.2 Tipo de investigación

El estudio adopta un enfoque descriptivo mediante un diseño no experimental transversal. Este tipo de investigación tiene como propósito detallar las propiedades y características relevantes de cualquier fenómeno analizado, proporcionando una descripción de las tendencias dentro de un grupo o población específica (Hernández et al., 2014). Debido a su diseño no experimental transversal, las circunstancias fueron observadas en un único instante y vinculadas con las diversas dimensiones de la innovación examinadas, que incluyen objetivos, estrategias de innovación, procesos de producción, administración, comercialización y los obstáculos asociados a la innovación.

2.3 Población y muestra

El distrito de Villa El Salvador alberga a 1500 pequeñas empresas, ubicadas en locales distribuidos en manzanas, que se agrupan principalmente en los ámbitos de: alimentos, artesanía, calzado, muebles, carpintería, confecciones, fundición, metalmecánica y otros (Palomares, 2009). A causa de la naturaleza del estudio y la complejidad de acceder a los empresarios, la población exhibe una elección no probabilística y a conveniencia, siendo 18 propietarios de pequeñas empresas fabricantes y comercializadores de mobiliario para espacios reducidos.

2.4. Técnicas de recolección de datos

Al llevar a cabo un análisis descriptivo se requirieron datos primordiales que pudieran corroborar los datos obtenidos mediante observación directa y análisis y comparación de datos existentes. Por consiguiente, se llevó a cabo una encuesta que incluyó siete dimensiones: objetivos estratégicos, estrategias de innovación, innovación de productos, innovación en procesos de producción, innovación en la distribución y obstáculos a la innovación. La presente encuesta fue complementada con la entrevista de forma no estructurada, semidirigida a modo de conversación informal, llevada a cabo por los ejecutivos de las pequeñas empresas del mobiliario.

2.5. Limitaciones del estudio

Una primera limitación fue el tipo de mueble que elaboraban los empresarios, ya que solo se consideraron aquellos de sala-comedor y dormitorio. Una segunda restricción fue el dimensionamiento de la muestra, que se compone de 18 pequeñas empresas fabricantes de mobiliario para áreas reducidas debido a la poca disponibilidad de las personas conductoras de las pequeñas empresas para atender los requerimientos de información y/o investigación que no

les genere aparente ganancia monetaria, además de la falta de recursos para llevar a cabo una investigación más amplia.

Resultados

A continuación, se presenta el análisis de la encuesta llevada a cabo en la muestra de estudio, fundamentada en siete dimensiones de análisis: objetivos de la innovación, estrategias de innovación, innovación en procesos de producción, innovación en procesos administrativos, innovación en la comercialización y obstáculos a la innovación. De igual manera, se respaldan los resultados obtenidos mediante la discusión con otros estudios previos. Las tablas exhiben los resultados de preguntas con respuestas múltiples, y en todos los casos, el total de individuos entrevistados fue de 18 personas.

3.1 Objetivos de la innovación

Los resultados de la encuesta llevada a cabo indican que las empresas de mobiliario para espacios reducidos consideran los objetivos más relevantes para llevar a cabo innovaciones: la introducción en nuevos mercados (100%), la disminución de los costos de producción (89%) y la mejora de la calidad de los artículos (78%), tal como se evidencia en la *Tabla 1*. Esto se debe a que las empresas no solo están dirigidas a un mercado conformado por consumidores que habitan en departamentos o casas pequeñas, sino también a aquellos que residen en una vivienda o habitación con espacios amplios, pero que en ella habitan muchas personas. En otras palabras, las compañías del parque industrial satisfacen necesidades generales y no exclusivamente a áreas de mercado.

Tabla 1

Objetivos de Innovación

¿Qué objetivos persigue su empresa cuando decide innovar?	Cantidad	Porcentaje
Aumentar la gama de productos	12	67
Introducirse a nuevos mercados	18	100
Mejorar la calidad de productos	14	78
Aprovechar capacidad de producción	10	56
Reducir costes de producción	16	89

Los resultados obtenidos en la primera pregunta se han corroborado con los datos históricos de la Encuesta Nacional de Innovación de la Industria Manufacturera del año 2015, que indica que las empresas que lograron innovar en el sector mueble alcanzaron el 92.9% (Ministerio de la Producción, 2016). Por otra parte, se encuentra alineado con lo expuesto por Padrón (2017) al concluir que las diversas empresas de mobiliario reconocen que la innovación es esencial para lograr afrontar los desafíos en los diversos mercados en los que participan.

En lo que respecta a los objetivos de innovación, la introducción en nuevos mercados no fue el objetivo primordial de las pequeñas empresas del mobiliario. La innovación debería fundamentarse en una perspectiva centrada en el cliente, diseñando productos que tengan características que influyan en la conducta del cliente, de tal manera que pueda adquirirlos (Segarra, 2014).

En cambio, las empresas de mobiliario encuestadas coinciden en que emplean principalmente una táctica imitativa (78%). El mercado se encuentra abierto a productos y servicios innovadores, por lo tanto, las compañías industriales se enfrentan al desafío de fomentar la creatividad entre sus colaboradores para generar ideas innovadoras. Por consiguiente, para alcanzar tal objetivo, las empresas deben aplicar la gestión del conocimiento, que puede ser implementada mediante un procedimiento basado en la red e integrado mediante un portal para los colaboradores.

La imitación puede variar desde la copia de los elementos más simples hasta la inspiración por el ejemplo de otros, o seguir una tendencia de moda. No obstante, estos autores opinan que la imitación no siempre perjudica la posición competitiva del innovador, a veces sirve como una forma de transferencia tecnológica para quien es imitado. La táctica de imitación por competidores resulta sumamente beneficiosa para un innovador, en el caso de mercados en los que la utilidad se deriva del consumo de un producto específico, y en los que el número de consumidores aumenta en comparación con otros consumidores que utilizan el mismo producto, o con la presencia de otros competidores que ofrecen productos similares o adaptaciones del mismo.

En relación con este asunto, Rojas-López y Pérez-Rodríguez (2017) señalan que el empleo de estrategias imitativas propicia la incrementación de la competitividad en función de su empleo y la industria en la que se aplican. Por ende, es prudente que las compañías se preparen para enfrentar los cambios del entorno mediante estrategias de innovación estructuradas y que se ajusten a la cultura organizacional. La determinación de una estrategia eficiente es un elemento diferenciador que genera ventaja competitiva y posibilita la supervivencia.

3.2 Estrategias de innovación

En cuanto a las estrategias de innovación adoptadas, el 78% de las pequeñas empresas del mueble encuestadas coinciden que utilizan una estrategia imitativa. Esto implica que las empresas de menor tamaño anhelan que las patentes de las empresas líderes de la industria se hayan visto desocupadas, con un acceso rápido y eficiente para la explotación de las invenciones.

En primer lugar, es imperativo que posean el conocimiento técnico para adaptar innovaciones efectuadas por otros, otorgándoles productos más económicos al consumidor. En un segundo lugar, se evidencia la estrategia oportunista que se emplea en la *Tabla 2*, donde el 11% de las empresas buscaron una oportunidad mediante la identificación de nuevos segmentos de mercado emergentes, que aún no han sido explorados. La eficacia de su equipo no se encuentra exclusivamente en la innovación tecnológica, sino en su habilidad para detectar las oportunidades de negocio que les resulten viables.

Tabla 2*Estrategias de Innovación*

¿Qué estrategias de innovación ha adoptado su empresa?	Cantidad	Porcentaje
Seguir a la empresa líder	1	5.5
Imitación de otras empresas	14	78
Búsqueda de una oportunidad	2	11
Fabricar siempre los mismos productos	1	5.5

3.3 Innovación de productos

Los datos obtenidos para evaluar la innovación de productos se presentan en la *Tabla 3*, en la cual el 39% de los encuestados señala haber llevado a cabo la adaptación de sus productos a las nuevas condiciones del mercado, mientras que el 33% ha desarrollado nuevos productos a través de la imitación de productos existentes en el mercado nacional e internacional, y el 33% ha elaborado nuevos productos de acuerdo con las exigencias de los clientes. En dos de las empresas se evidenció que trabajaron con dos niveles de excelencia en función del segmento de mercado.

Asimismo, se puede observar que el 72% de las empresas manifestaron que los muebles que adquieren son recientes para su empresa, y que también usan productos que ya han sido comercializados en el mercado, debido a su estrategia principal de imitación. El 28% de los individuos sostiene que estos mobiliarios son novedosos en el mercado nacional, ya que se trata de una imitación de productos que se producen en otros países.

En lo que respecta a la innovación, las nuevas tendencias abandonan el concepto de la innovación cerrada, que se limitaba a la utilización exclusiva del conocimiento en las instalaciones de una corporación, más bien se trata de una innovación abierta que posibilita a las empresas apalancarse de información generada desde diversos escenarios, como las necesidades del mercado, que posibilitan la creación de un modelo de mobiliario que se adapte y la empresa se estandariza. Por ejemplo, el mobiliario Villa el Salvador ostenta dimensiones y características distintivas para sus mobiliarios, los cuales se inspiran en diseños y mecanismos de productos extranjeros o de la competencia más cercana.

Tabla 3

Innovación de Productos

¿De qué manera realizó la innovación de productos?	Cantidad	Porcentaje
Adaptación de productos actuales	3	17
Creación de niveles de calidad según segmentos de clientes	2	11
Adaptación de la mezcla de productos	7	39
Desarrollo de productos innovadores	6	33
Pregunta adicional: ¿En caso de haber introducido nuevos productos al mercado cómo fueron estos?		
Nuevos para la empresa	13	72
Nuevos en el mercado nacional	5	28

En lo que respecta a la innovación de productos, el porcentaje más elevado de las empresas encuestadas (39%) expresó su atención a la adaptación de sus productos a las circunstancias que se presentan en el mercado. La adaptación resulta crucial para las empresas que persiguen la introducción de nuevos productos en nuevos mercados, no obstante, carecen de los recursos o medios suficientes para desarrollar artículos completamente novedosos. Asimismo, constituye una estrategia relevante para evitar la amenaza de los competidores. De este modo se puede afrontar rápida y eficientemente las amenazas de competencia, en lugar de crear desde cero un nuevo producto.

De acuerdo con Kotler y Trias (2004) en marketing lateral, la fuente de innovación que las empresas productoras emplean para la creación de nuevos productos es la variación de las características de productos ya existentes, empleando seis técnicas fundamentales: *la sustitución*, que consiste en suprimir uno o varios elementos del producto y cambiarlos por otros; *la combinación*, que consiste en añadir uno o varios elementos al producto o servicio, manteniendo el resto; *la inversión* que consiste en proponer lo contrario o añadir “no” a uno o varios elementos del producto o servicio; *la eliminación* que implica suprimir uno o varios elementos del producto o servicio; *la exageración* que consiste en incrementar al alza o al baja uno o varios elementos del producto o servicio; y *la reordenación* que consiste en alterar el orden o secuencia de uno o varios elementos del producto o servicio.

En lo que respecta a la innovación de productos, el porcentaje más elevado de las empresas encuestadas (39%) expresó su atención a la adaptación de sus productos a las circunstancias que se presentan en el mercado. La adaptación resulta crucial para las empresas que persiguen la introducción de nuevos productos en nuevos mercados, no obstante, carecen de los recursos o medios suficientes para desarrollar artículos completamente novedosos. También es una estrategia importante para proteger las amenazas de los competidores. Mediante el examen de las especificaciones de producto de nuestros competidores se pueden identificar los aspectos a mejorar en nuestro producto. De esta manera, se puede afrontar de manera rápida y eficiente las amenazas de competencia, en lugar de crear desde cero un nuevo producto.

3.4. Innovación del proceso de producción

En relación con esta clase de innovación, en el proceso de producción de los muebles, la innovación más destacada se refiere al uso de los materiales empleados en la fabricación de mobiliario. Los materiales empleados son madera, metal, vidrio, telas, plásticos, cuero, mimbre y melamina, además de una alternativa novedosa de bambú.

Asimismo, una innovación significativa en el proceso de producción de los muebles que las compañías exhiben es el diseño de mobiliario, el cual se caracteriza por la adaptación de mobiliarios ya existentes en el mercado, y también por la creación de mobiliarios diseñados por los clientes, en función de su forma, dimensiones, materiales y precio. El diseño tiene como objetivo principal la multifuncionalidad del mueble, lo que hace que pueda ser utilizado de diversas maneras; estos muebles pueden ser expandibles, deslizables, modulares, plegables, giratorios y mixtos, como se muestra en la *Tabla 4*.

Tabla 4

Innovación del Proceso de Producción

	¿Qué innovaciones ha introducido en su proceso de producción?	Cantidad	Porcentaje
a.	Diseño de muebles	12	67
b.	Técnicas de producción	4	22
c.	Actividades logísticas	6	33
d.	Nueva maquinaria y equipo	3	17
e.	Nuevos materiales	14	78

En lo que respecta a la innovación en los procesos de producción de los muebles, las innovaciones más destacadas fueron: la atención a los materiales empleados en la fabricación de mobiliario (7%) y el diseño de mobiliario (67%). En el primer caso, se refiere fundamentalmente al uso de tableros aglomerados de madera recubiertos de resinas de melamina.

Maderame (2021) reconoce que una de las principales ventajas de los muebles elaborados con melamina es la gran variedad de colores y diseños con los que se pueden producir. En consecuencia, se encuentran disponibles en tonalidades lisas, en diseños originales o en imitación de otros materiales, tales como las maderas o el mármol. Los muebles de melamina se han convertido, con el paso del tiempo, en la opción favorita de muchos clientes. Las razones son diversas: los precios altamente competitivos, los materiales eficientes de trabajo, la capacidad de realizar prácticamente cualquier diseño y color, la calidad constante de este producto y la facilidad de limpiar.

En lo que respecta al diseño, la carencia de espacio en las residencias requiere de una solución adecuada, tales como la utilización de mobiliario de índole multifuncional.

Algunos expertos en el ámbito del diseño han sido los siguientes: Sánchez (2011) sostiene que el diseño y construcción de mobiliario multiuso posibilita la gestión de alternativas de descanso, almacenamiento y trabajo para aquellos usuarios que se encuentren en situaciones de espacio limitado. Astonkar y Kherde (2015) sostienen que el mobiliario transformable que ahorra espacio es un producto innovador que ofrece una amplia gama de opciones para el desarrollo futuro y un enorme mercado potencial en las metrópolis.

En este contexto, los diseñadores de mobiliario de índole multifuncional han logrado adquirir un mobiliario que hasta hace poco parecía inimaginable. Los muebles conservan su habilidad para la práctica y nos evidencian que cada rincón del hogar es aprovechable por su menor medida. En consecuencia, el mobiliario multifuncional constituye una solución práctica para aquellos individuos que residen en viviendas reducidas y limitadas.

3.5 Innovación administrativa

En relación a la innovación administrativa, se puede observar que las pequeñas empresas de mobiliario llevaron a cabo principalmente la capacitación del personal (83%) y cambios significativos en las relaciones con sus clientes y con otras empresas similares, con el fin de establecer una colaboración entre ellas y proveedores e instituciones (67%). Asimismo, el 28% de las personas manifestaron que llevaron a cabo reestructuraciones con el propósito de reducir los costos administrativos y optimizar la productividad, mientras que el 22% ha capacitado a su personal (ver *Tabla 5*).

Tabla 5

Innovación Administrativa

¿Ha realizado recientemente alguna innovación organizativa?	Cantidad	Porcentaje
Reestructuración de actividades para reducir costos administrativos e incrementar la productividad.	5	28
Cambios en las relaciones con clientes, empresas e instituciones	12	67
Capacitación del personal	15	83

En relación con la innovación administrativa, el 83% de las pequeñas empresas de mobiliario afirman haber llevado a cabo una profunda capacitación del personal. El objetivo principal fue fomentar la innovación y mejora de la calidad en las diversas fases de transformación e industrialización de la madera y productos específicos en el sector madera y muebles.

El Centro de Innovación Tecnológica de la Madera-CITE Madera, un órgano técnico especializado que tiene el propósito de fomentar la innovación y mejorar la calidad en las diversas fases de transformación e industrialización de la madera y productos aferentes en el sector madera y muebles, llevó a cabo un proyecto en el año 2011, el cual consistió en la elaboración de un proyecto denominado “CITE Madera”. El proyecto denominado *Desarrollo del mercado de Muebles Modulares para Viviendas de Espacios Reducidos, utilizando especies alternativas* contó con la participación de 20 mypes de carpintería de muebles del parque Industrial de Villa El Salvador para

producir cinco prototipos de producto por línea: comedor, dormitorio, escritorio y entretenimiento (Moscoso, 2022). Asimismo, han recibido el respaldo de la Central de Asociaciones empresariales y empresarios de la micro y pequeña empresa del cono sur Apemives y Municipalidad de Villa El Salvador.

En relación con la capacitación en la investigación llevada a cabo por Burgos (2014) se encontró que los dueños de pequeñas empresas no consideran la capacitación como un factor relevante para el incremento de la competitividad, sin embargo, aquellas unidades productivas que contaban con trabajadores capacitados obtuvieron mayores ingresos. Esto significa que existe un nicho clave para el desarrollo de un programa de refuerzo de capacidades en dicho sector. Asimismo, en este estudio se indica que: “las pequeñas empresas que contaban con conductores y trabajadores capacitados obtuvieron los mayores niveles de ventas mensuales en promedio” (Burgos, 2014, p.97).

3.6 Innovación en la comercialización

En relación con la innovación en la comercialización, las estrategias más significativas han sido: en primer lugar, la modificación del precio de los artículos (100), principalmente efectuados por promociones estacionales, ferias y la práctica del regateo, una estrategia alternativa al establecimiento del precio fijo de los bienes utilizada por los clientes para establecer un acuerdo de compra/venta favorable a sus intereses.

En segundo lugar, se presentan nuevos canales para la promoción y venta de mobiliario (83%) y una disminución del período de respuesta al cliente (44%). En lo que respecta a los canales de promoción y venta de los muebles, las innovaciones más destacadas han sido el *merchandising* visual, mejorando el espacio y las áreas destinadas a la presentación de los muebles, así como la presencia en Internet a través de páginas web y plataformas digitales, tales como Facebook® y Youtube®, donde pueden exhibir sus productos y servicios, además de proporcionar información relevante sobre los muebles. En lo que respecta a la distribución (67%), dos factores significativos fueron: la gestión de los inventarios, reduciendo sus costos y el transporte de los muebles en concordancia con los requerimientos del cliente, lo que también incide en la posibilidad de una respuesta más rápida.

Cegarra-Navarro et al. (2005) sostienen respecto a los cambios significativos de los empresarios y su relacionamiento con los clientes, que otras empresas similares establecen vínculos con proveedores e instituciones para reforzar la competitividad mediante acuerdos de cooperación con proveedores, clientes y competidores potenciales. Esto se traduce en una fuente fundamental para la cooperación entre empresas la disminución de costos. La cooperación propicia la adquisición y vivencia más rápida, así como la consecución y aprovechamiento de vínculos y capacidades que no poseen las empresas individualmente, lo que reduce el riesgo y la incertidumbre hasta niveles aceptables.

Tabla 6

Innovación en la Comercialización

	¿Qué innovación ha realizado en la comercialización de sus productos?	Cantidad	Porcentaje
a.	Cambios en el precio de productos	18	100
b.	Forma de distribución	12	67
c.	Canales para promoción y venta de muebles	15	83
d.	Reducción del periodo de respuesta al cliente	8	44

Como se observa en la *Tabla 6*, las innovaciones más notables en el campo de la comercialización han sido: cambios en el precio de los productos (100%) y el uso de nuevos canales para la promoción y venta de muebles (83%). En lo que respecta a cambios en el precio, Restrepo (2007) identifica seis tipos de barreras de segmentación de precios: 1. Identificación del comprador, 2. Momento de la compra, 3. Lugar de la compra, 4. Cantidad de la compra, 5. Diseño del producto y 6. Empaquetamiento (venta en combo). Estas tácticas posibilitan que una compañía atienda segmentos con diversos niveles de sensibilidad al precio fundamentadas en la auto segmentación.

Los segmentos distintos poseen una diversidad de disposición a pagar y la disparidad de precios, lo que puede resultar en una estrategia de precios beneficiosa. De la Torre (2018) sostiene que el 66% de los compradores de mobiliario se dedica a la investigación en línea antes de adquirir un mueble. Por lo tanto, se considera el desarrollo de un sitio web como un escaparate de la tienda de mobiliario en línea, donde se pueda exponer los artículos, como una propuesta de valor e información relevante.

3.7 Obstáculos a la innovación

En la *Tabla 7* se presentan los principales obstáculos a la innovación: la carencia de fondos financieros para la ejecución de innovaciones (94%) y los costos de innovación elevados (89%). En un segundo orden, se evidencia un mercado dominado por empresas de gran tamaño (67%), seguido por una incierta demanda de bienes y servicios (28%) y una falta de información acerca de progresos tecnológicos (17%).

Tabla 7

Obstáculos para la Innovación

	¿Qué obstáculos ha encontrado para realizar innovaciones en su empresa?	Cantidad	Porcentaje
e.	Costos de innovación elevados	16	89
f.	Falta de fondos financieros para innovación	17	94
g.	Falta de información de avances tecnológicos	3	17
h.	Mercado dominado por grandes empresas	12	67
i.	Demanda incierta de muebles	5	28

En lo que respecta a los obstáculos a la innovación se destaca con un porcentaje más elevado la carencia de fondos financieros para la innovación (94%), los costos de innovación (89%) y, en menor proporción de ocurrencia, figura el mercado dominado por grandes empresas (67%) y luego demanda incierta de bienes y servicios (28%) y falta de información sobre avances tecnológicos (17%). Los encuestados constataron que carecen de disponibilidad de capital propio y capital de riesgo o préstamos de terceros para solventar gastos de investigación y desarrollo.

Esta situación se irá superando debido a que el Estado, ante el alto costo de financiamiento, está impulsando el *factoring* y las sociedades de garantía recíproca están impulsando los créditos (Andina, 2016). Con respecto al mercado dominado por grandes empresas (67%), las pequeñas empresas opinan que gran parte del mercado es atendido por empresas como Sodimac y Maestro, Promart y Casaideas, además de que IKEA es una compañía sueca especializada en decoración y muebles para el hogar, a través de un convenio suscrito con Falabella.

En relación con la última empresa, tal como afirma Gil (2011) se hace relevante destacar que los negocios de mobiliario, tales como IKEA, han perjudicado a un gran número de empresas mobiliarias, específicamente empresas minoristas. Esta afirmación se hace a partir del modelo de negocio de la empresa, IKEA vende muebles descartables y pre armados, es decir, cualquier persona en casa que posea herramientas básicas, como un desarmador, puede instalar un mueble por sí sola.

3.8 Recomendaciones para próximos estudios

A causa de las restricciones expuestas a continuación, los investigadores recomiendan llevar a cabo nuevos estudios sobre la innovación en las pequeñas empresas productoras y comercializadoras de muebles en general, con la finalidad de comprobar los resultados obtenidos en esta investigación y extenderlos a una generalización de un sector industrial, invitando a que otros investigadores busquen más empresarios de muebles, no solo en el parque industrial, sino en los distritos del cono sur de Lima para responder a las siguientes preguntas: ¿es la implementación de la innovación abierta una estrategia generalizada entre los fabricantes de muebles? ¿Las tendencias de la sociedad que busca minimizar costos y maximizar beneficios afectan la calidad de la producción de los muebles? ¿Cuáles son las implicancias de la fabricación de muebles de un solo uso que han generado empresas como IKEA? ¿Está en peligro el sector mobiliario tradicional ante la tendencia de viviendas modulares?

Conclusiones

Las pequeñas empresas fabricantes y comercializadoras de mobiliario para viviendas de espacios reducidos en el parque industrial de Villa El Salvador han adoptado decisiones estratégicas fundamentales para consolidar su posición en el mercado. Optaron por incorporar innovaciones en múltiples aspectos, tales como la producción, las estrategias, los procesos de producción, la administración y la comercialización. La acción estratégica para tomar con determinación persigue no solo mantenerse competitivas en su sector actual, sino también abiertas nuevas oportunidades de mercado mediante una estrategia imitativa.

La implementación de esta táctica imitativa ha generado una transformación significativa en el sector de la mobiliaria en el parque industrial de Villa El Salvador. Las empresas de menor tamaño no solo han logrado mejorar su propia competitividad, sino que han contribuido significativamente al impulso general del sector. Es de suma importancia destacar que, al examinar la muestra, se puede constatar que las innovaciones en Villa El Salvador se sustentan en la práctica de la innovación abierta, la cual busca la inspiración en productos y conceptos ya existentes en el mercado. La presente tendencia no disminuye el rendimiento del trabajo de los empresarios locales, ya que deben efectuar adaptaciones significativas en sus procesos de producción con el fin de satisfacer las nuevas demandas del mercado.

Asimismo, se observa una tendencia entre los fabricantes a minimizar los riesgos mediante la implementación de modelos altamente demandados. Los modelos actuales se ajustan y adaptan a las nuevas dimensiones de las viviendas en urbe de alta densidad poblacional, tales como Lima. La presente estrategia no solo exhibe la habilidad de adaptación de las empresas, sino también su capacidad para satisfacer las exigencias de los consumidores en ambientes urbanos dinámicos.

En síntesis, la combinación de tácticas innovadoras, la implementación de prácticas de innovación abierta y la adaptabilidad a las necesidades del mercado han posicionado de manera sólida a las pequeñas empresas de mobiliario en Villa El Salvador, lo que ha contribuido al desarrollo y la competitividad del sector en el parque industrial.



Referencias

- ADI Perú. (4 de abril del 2018). *¿Cuáles son las tendencias del sector inmobiliario?*. <https://adiperu.pe/noticias/cuales-son-las-tendencias-del-sector-inmobiliario/>
- Andina. (18 de marzo del 2016). *Cite Madera de Villa El Salvador promoverá competitividad empresarial*. <https://andina.pe/agencia/noticia-cite-madera-villa-salvador-promovera-competitividad-empresarial-603860.aspx>
- Astonkar, D., & Kherde, D. (2015). Development in various multipurpose furniture's by using space saving approach. *on IRJET*, 2(6), 257-264.
- Burgos, M. (2014). *La política de capacitación como un mecanismo para la mejora de su competitividad: análisis del sector maderero en el distrito de Villa el Salvador- Lima Metropolitana* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/5921>
- Cadavid, A. (2018). *Diseño de mobiliario multifuncional para la socialización en la zona de sala-comedor de viviendas de interés social en el Valle de Aburrá* [Tesis de pregrado, Universidad de San Buenaventura Colombia]. http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/6045/1/Diseno_Mobiliario_Multifuncional_Cadavid_2018.pdf
- Campos, L. (2019). *Mobiliario multifuncional y su implementación en la vivienda de interés social en Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/29402>
- Cegarra-Navarro, J., Briones-Peñalver, A., y Ros-Sánchez, M. (2005). La confianza como elemento esencial para la mejora de la cooperación entre empresas: un estudio empírico en pymes. *Cuadernos de administración*, 18(30), 79-98. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-35922005000200004&script=sci_arttext
- De la Torre, R. (22 de agosto del 2018). Ideas para promocionar negocios de muebles (online y offline). *Másmadera*. <http://masmadera.net/ideas-para-promocionar-negocios-de-muebles/>
- Eme, F., y Rodríguez, P. (2016). *Comercialización de muebles modulares y multifuncionales para la optimización del espacio en el dormitorio-modular* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/12246>
- Gil, E. (2011). *Análisis del Sector del Mueble en la Comunidad Valenciana* [Tesis de pregrado, Universitat Politècnica de València]. <https://riunet.upv.es/handle/10251/14596>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ª Edición. Mc. Graw-Hill

- Yrigoyen, J. (2013). Explorando distintos tipos de innovación en micro y pequeñas empresas peruanas. *Journal of technology management & innovation*, 8, 62-62. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242013000300062>
- Kotler, P., y Trías, F. (2004). *Marketing lateral, nuevas técnicas para encontrar las ideas más rompedoras*. Pearson Educación.
- Maderame. (16 de junio del 2021). *Muebles de Melamina: Características, Ventajas y Desventajas*. <https://maderame.com/muebles-melamina/>
- Ministerio de la Producción. (2016). *Estudio de la situación actual de la innovación en la industria manufacturera, Análisis de los Resultados de la Encuesta Nacional de Innovación de la Industria Manufacturera 2015*. <http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/Doc/innovacion.pdf>
- Moscoso, J. (2022). *Promoción de la innovación: Conglomerado de Madera del Parque Industrial de Villa el Salvador, Lima – Perú*. <https://fddocuments.es/document/conglomerado-de-madera-villa-el-salvador-jessica-breve-historia-del-parque-1990.html>
- Padrón, J. (2017). *Propuesta de un modelo de gestión de la innovación para fortalecer la competitividad de las pymes fabricantes de muebles de madera de la ciudad de Cartagena -Colombia* [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar]. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0073653.pdf>
- Restrepo, N. (15 de enero del 2007). La auto segmentación en la estrategia de precios. *Dinero*. <https://www.dinero.com/negocios/articulo/la-autosegmentacion-estrategia-precios/42403>.
- Rojas-López, M., y Pérez-Rodríguez, M. (2017). Innovación imitativa: un acercamiento desde múltiples perspectivas. *Lámpsakos (revista descontinuada)*, (17), 60-68. <https://doi.org/10.21501/21454086.2025>
- Sánchez, L. (2011). *Estudio de muebles multiusos para espacios reducidos aplicables en dormitorios de casa del miduvi* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato]. <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/761>
- Segarra, E. (septiembre del 2014). *La innovación centrada en el cliente*. <https://www.harvard-deusto.com/la-innovacion-centrada-en-el-cliente>
- Suárez, L. (2018). *Grandes soluciones para pequeños espacios, diseño de mobiliario social inclusivo* [Tesis de pregrado, Universidad de Palermo]. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/17853_17440.pdf
- Palomares, C. (2009). *Consultoría: ejes del plan de desarrollo económico local del distrito de Ate*.

Copyright (2024) © Yulissa Maruschka Navarro-Castillo y Ampelio Ferrando Perea



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)

Evaluación de la campaña de comunicación “Nuestra Felicidad es unir” desde criterios de RSE

Evaluation of the communication campaign “Our happiness is to unite” from the criteria of Corporate Social Responsibility

Fecha de recepción: 2023-09-07 • Fecha de aceptación: 2024-01-05 • Fecha de publicación: 2024-02-10

Lianelys Valdés León¹

Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Cuba

lvleon@uclv.cu

<https://orcid.org/0009-0007-7449-0566>

Kirk Díaz-Guzmán Corrales²

Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Cuba

kirk@uclv.cu

<https://orcid.org/0000-0001-7314-6252>

Dianitsy Barreto Martínez³

Empresa de Telecomunicaciones de Cuba. SA. (ETECSA), Cuba

diani.barreto@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0000-9529-8513>

RESUMEN

La investigación se realizó en la División Territorial de Villa Clara (DTVC) de la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba (ETECSA), a partir de una demanda de ella para determinar el impacto de las acciones de comunicación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desarrolladas durante el acompañamiento y apoyo a sus clientes en tiempos de pandemia. El objetivo fue evaluar

la campaña de comunicación “Nuestra felicidad es unir”, desde criterios de la Responsabilidad Social Empresarial en la DTVC. Se empleó un enfoque mixto con diseño anidado o incrustado concurrente de modelo dominante (DIAC), donde el método cuantitativo es el dominante. Se escogieron muestras probabilísticas y no probabilísticas. Los métodos y técnicas utilizados fueron el análisis documental, el análisis de contenido, la entrevista semiestructurada y el cuestionario. Los principales resultados arrojaron dificultades en el alcance de los mensajes emitidos y en el impacto esperado, por lo que se considera necesario continuar trabajando en temas de comunicación de responsabilidad social desde la empresa hacia sus clientes.

PALABRAS CLAVE: responsabilidad social, proceso de comunicación, participación social

ABSTRACT

The research was carried out in the Villa Clara Territorial Division (DTVC) of the Telecommunications Company of Cuba (ETECSA), based on a request from the company to determine the impact of the Corporate Social Responsibility (CSR) communication actions developed during the accompaniment and support to its clients in times of pandemic. The objective was to evaluate the communication campaign “Our happiness is to unite”, based on Corporate Social Responsibility criteria in the DTVC. A mixed approach with nested or concurrent embedded design of dominant model (DIAC) was used, where the quantitative method is the dominant one. Probability and non-probability samples were chosen. The methods and techniques used were documentary analysis, content analysis, semi-structured interview and questionnaire. The main results showed difficulties in the scope of the messages issued and in the expected impact, so it is considered necessary to continue working on issues of social responsibility communication from the company to its customers.

KEYWORDS: social responsibility, communication process, social participation

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC), como también se le denomina, es la vía encontrada por las organizaciones para definir su función social. El término se originó en los Estados Unidos a mediados del siglo XX (Méndez, 2011, como se citó en Orjuela, 2011) y se trata de una forma de gestión empresarial interesada en la trilogía de responsabilidades sociales, ambientales y económicas para potenciar el desarrollo sostenible (Montoya y Martínez, 2012). Se centra en la “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente” (ISO 26000, 2010, p.11).

Esta temática ha sido abordada por autores e instituciones internacionales como Freeman (1984), Jáuregui (2009), Orjuela (2011), la norma ISO 26000 (2010), la Comisión de las Comunidades Europeas con el Libro Verde (2001). En el caso de Cuba es un tema muy poco estudiado y con escasa base teórica, aunque autores como Saladrigas (2005) y Rivero (2010) han abordado algún criterio. En este escenario, desde hace años se implementa un programa nacional de perfeccionamiento empresarial en el que la comunicación se presenta como eje central del proceso y la responsabilidad social una arista esencial. La razón de ser de la empresa estatal socialista implica la protección medioambiental, el crecimiento humano, los derechos laborales, la igualdad racial, la equidad de género y la exclusión de menores de la fuerza laboral, por lo que se evidencia el interés por hacer cumplir la RSE.

El contexto actual cubano exige a la organización una comunicación de RSE dinámica, flexible, abierta al diálogo con los interesados, en la que esta supere el mero hecho de ser la representación de la organización y se constituya como aquello que le provee su identidad y su personalidad. En este sentido, la norma ISO 26000 aboga por la comunicación sobre las actuaciones de responsabilidad social de las organizaciones y plantea que la institución: “debe revelar de forma clara, precisa y completa la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que son responsables e impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el Medio Ambiente” (ISO 26000, 2010, p.27). “Comunicar la RSE es una acción que debe ir más allá de la transmisión unidireccional y mecánica de la información, es un actuar con otros, para otros y por los otros en la búsqueda de un desarrollo sostenible” (Niño-Benavides y Cortes, 2018, p.129).

La comunicación de RSE es un campo dinámico, donde lo estratégico se relaciona con las competencias del pensamiento; la capacidad relacional con el liderazgo; la autoridad, el poder, y la capacidad de anticipación y planeación (Niño-Benavides y Cortés, 2018). “Cuando una empresa comunica sus políticas, acciones e indicadores no debe hacerlo por la expectativa de cosechar un premio, sino porque forma parte intrínseca del ejercicio de la responsabilidad social” (Azüero, s.f, p.9).

Para Capriotti (2011, como se citó en Castillo y Villagra, 2019, p.1583) la comunicación de la RSE es estratégica y constituye “una herramienta para facilitar y promover la construcción colaborativa de la RSE”. Esto implica que deben establecerse canales de comunicación bidireccionales

entre la empresa y sus grupos de interés que permitan a la organización conocer cuáles son las necesidades e intereses de sus públicos y en función de ello responder a sus deseos.

Las campañas de comunicación constituyen una herramienta a través de las cuales las empresas logran emitir múltiples elementos visuales o recursos expresivos en función de sus propósitos (Wells, Burnett y Miortary, 1996, como se citó en Chévez y Martel, 2005). Su enfoque varía desde las que poseen contenidos comerciales o de bien público, hasta las dirigidas a comunicar la Responsabilidad Social Empresarial.

Tomando como referencia los criterios de Chévez y Martel (2005); Orozco (2010), De Souza (2019) y Díaz-Guzmán (2008) es posible plantear que las campañas de comunicación de RSE son un conjunto de mensajes emitidos por la empresa mediante diferentes medios de comunicación, durante un periodo de tiempo, con la finalidad de que sus públicos de interés conozcan la implicación económica, social y ambiental, así como el impacto de las operaciones comerciales de la entidad. Las campañas de comunicación juegan un papel esencial en el posicionamiento positivo de empresas ante sus públicos. Permiten a una marca ganar notoriedad, reconocimiento y alcanzar los objetivos organizacionales.

La elaboración y ejecución de un plan de comunicación tienen un valor extraordinario, pero la evaluación es vital para determinar cómo se hace efectivo. La evaluación de la comunicación es un componente esencial de la gestión de comunicación y debe estar presente durante todas las fases del proceso. Es uno de los puntos esenciales de la estrategia comunicativa de la organización.

A partir de los criterios de Álvarez (2011), Smolak-Lozano (2013) y Rivero (2010) es posible plantear que la evaluación de una campaña de comunicación es el proceso de medición y evaluación del impacto de los mensajes planificados y ejecutados estratégicamente (a través de acciones en diferentes medios y espacios de comunicación durante un periodo de tiempo) en los diferentes públicos de interés.

Esta fase final es una de las más importantes por el impacto y trascendencia que puede tener en cuanto al diseño y ejecución de futuras herramientas de comunicación. Ella se presenta como un proceso en el que se miden resultados, se valoran situaciones, se corrobora el cumplimiento de objetivos, se buscan efectos planificados desde etapas anteriores; además un elemento muy importante es el carácter sistemático y continuo de la evaluación. Por eso, tras la revisión de diferentes posturas teóricas: Dr. Díaz-Guzmán (2008), Dra. Rivero (2010), Álvarez (2011) y De Souza (2019) se decide emplear los análisis derivados de sus concepciones para concebir una guía de evaluación para la campaña de comunicación de responsabilidad social (ver *Tabla 1*).

Tabla 1*Indicadores para la Evaluación de la Campaña desde Criterios de RSE*

Fases de la evaluación	Indicadores
Fase 1: Análisis del diseño y concepción de la campaña de comunicación de RSE	Objetivos de la campaña: vinculación con la RSE y su fortalecimiento, existencia de instrumentos para su control.
	Públicos o destinatarios: caracterización del segmento al que se dirige, conocimiento de estos sobre principios de RSE de la empresa.
	Estrategia creativa de mensajes: análisis del eje psicológico y su vinculación con las dimensiones de la RSE, relación entre el mensaje central y las líneas de mensajes, análisis del eslogan y productos comunicativos.
	Estrategia o plan de medios: diseño de acciones, objetivos y uso de medios
Fase 2: evaluación de la implementación de la campaña	Evaluación y retroalimentación: proceso de retroalimentación, uso de canales, principales barreras, planificación previa desde la concepción de la campaña
	Alcance de la campaña de comunicación: alcance entre los públicos, cumplimiento de objetivos propuestos.
	Efectividad de los medios de comunicación: pertinencia, frecuencia, alcance, cumplimiento de objetivos, combinación de medios tradicionales y digitales.
	Congruencia del cronograma de acciones: congruencia en cuanto a tiempo, lugar, presupuesto y objetivo de la acción.
	Visualidad de productos comunicativos: visualidad de la campaña, tipografía y colores corporativos, empleo de logos y eslogan, vinculación del mensaje con los principios de RSE
	Impacto de los mensajes: efectos producidos y contribución al reconocimiento por parte de los públicos de las políticas de RSE.

El escenario de investigación se presenta en la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba S.A (ETECSA), inscrita bajo modalidad de empresa mixta, el 4 de julio de 1994 en el libro de Asociaciones Económicas del Registro de Asociaciones Económicas, hoy Registro Mercantil Central y específicamente en la División Territorial en Villa Clara (DTVC). La empresa se encarga de la prestación de servicios de telecomunicaciones, mediante la instalación, operación, explotación, mantenimiento y comercialización de las redes públicas en todo el territorio nacional.

Asimismo, enfocada en incrementar la calidad de vida de los cubanos, con una alta responsabilidad social en función de la informatización y el desarrollo del país impulsa proyectos de utilidad y conciencia social como el reciclaje del Directorio Telefónico, la emisión de la factura telefónica digital y la provisión de servicios digitales en sustitución del consumo de papel; participa activamente en proyectos de bien público, priorizando los sectores de alto impacto social como la salud y la educación; mantiene prácticas inclusivas con sus clientes, genera empleos como agentes de telecomunicaciones para personas de la tercera edad, promueve la inclusión laboral con enfoque de género, el empoderamiento de la mujer y consolidación de una cultura para niños y niñas sobre el uso de las Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones (TIC). En torno a la familia promueve mensajes que potencian las buenas prácticas y el uso responsable

de las tecnologías por adultos, jóvenes y niños para un acceso a las TIC desde una perspectiva educativa, centrándose en el desarrollo de una cultura digital para el pleno disfrute de las tecnologías y su empleo para el trabajo, el aprendizaje, el entretenimiento o la vida diaria.

Todo esto evidencia la clara convicción que tiene la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba S.A sobre la necesidad de la planeación estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial y su comunicación de forma continua, coherente, oportuna, funcional, racional y estratégica, así como los primeros caminos en el logro de este propósito.

La etapa de pandemia y pospandemia de la COVID-19 le han exigido a la organización trabajar en condiciones complejas, manteniendo como objetivo garantizar las telecomunicaciones mientras se protege al ser humano. A finales del año 2021, la Dirección Nacional de Comunicación lanzó una campaña de comunicación bajo el lema: “Nuestra felicidad es unir”, con una marcada proyección hacia el fortalecimiento de la RSE desde la empresa para con sus públicos de interés.

Esta campaña, que caracterizó el paso del 2021-2022, apuesta por elevar culturalmente el mensaje de ETECSA, por compartir el significado de la unidad, de las relaciones y el rol social de la empresa con sus clientes y con Cuba, felicitando y deseando a todos un año nuevo próspero. Constituye un reconocimiento expreso de actitud hacia sus clientes; es también un modo de compartir con sinceridad el espíritu de la empresa, de unión segura y de compromiso hacia estos.

El estudio se cimienta en el interés creciente de la empresa por fortalecer las políticas de RSE y su comunicación, lo que implica directamente la evaluación del impacto de sus acciones de comunicación. Teniendo en cuenta la necesidad territorial de conocer el alcance y el impacto de los mensajes de la campaña en estos públicos, la División Territorial de Villa Clara cumple con la tarea. En el trabajo se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo contribuye la campaña de comunicación “Nuestra felicidad es unir” al fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en la DTVC?

A partir de esta pregunta el objetivo de la investigación que se presenta consiste en evaluar la campaña de comunicación “Nuestra felicidad es unir” desde criterios de la RSE en la DTVC.

Metodología

En la investigación se asumió como alternativa metodológica un enfoque mixto (Hernández-Sampieri, et al, 2014). Se decidió tomar esta porque implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta para obtener un entendimiento mayor del fenómeno en estudio. Siguiendo los criterios de Hernández-Sampieri y Mendoza Torres (2018) se determinó el empleo de un diseño anidado o incrustado concurrente del modelo dominante (DIAC), en el cual se accede tanto a datos cualitativos como cuantitativos de manera simultánea para aprovechar el tiempo de la investigación (que fue en un periodo breve debido a las condiciones epidemiológicas del país) y las oportunidades que ofreció el campo (poder aplicar diferentes instrumentos en un mismo momento de la investigación). El método

predominante fue el cuantitativo (CUAN), mientras el cualitativo (CUAL) se insertó de manera anidada en la investigación.

El uso de este enfoque permite tener una visión más amplia y profunda del fenómeno y objeto de estudio. Además, posibilita la obtención de datos más variados y certeros que confieren confiabilidad y permiten expandir el entendimiento del tema. La investigación precisó un enfoque holístico e integral para lograr un adecuado y profundo análisis del diseño e implementación de la campaña de comunicación “Nuestra felicidad es unir” por eso la elección. El empleo del método cuantitativo como predominante no está fundamentado en el uso de técnicas sino en el peso que se les da a las informaciones que ellas arrojan para obtener resultados. Por lo que el cuestionario como instrumento regente del método cuantitativo guía las interpretaciones que se realizan posteriormente.

El propósito de aprovechar esta relación CUAL-CUAN para el presente estudio se sustentó en la posibilidad de alcanzar resultados satisfactorios mediante la combinación del análisis numérico, gráfico e interpretativo.

De acuerdo con los criterios de Hernández-Sampieri et al. (2014) el alcance de la investigación no debe tomarse como una clasificación, sino como “un continuo de causalidades que puede tener un estudio” (p.90). Siguiendo estas ideas se define un alcance descriptivo porque se pretenden especificar las propiedades y características de la campaña diseñada y ejecutada, enfocándose en los datos que puedan emplearse en los procedimientos de su evaluación.

El uso de métodos y técnicas de recogida de información se complementan entre sí, al mismo tiempo que constituyen la columna vertebral de la investigación. Se utilizaron las técnicas que se muestran a continuación con sus correspondientes selecciones de muestras.

El análisis documental, que según Hernández-Sampieri y Mendoza Torres es “una fuente muy valiosa de datos cualitativos (...) que puede ayudar a entender el fenómeno central de estudio” (2018, p.496). Esta técnica se utilizó al inicio de la investigación para relacionarse con el contexto y objeto investigado permitiendo identificar características de la comunicación de responsabilidad y obtener una descripción de la campaña en cuestión en la DTVC. Los objetivos fueron: caracterizar la comunicación de RSE en la empresa, y describir la campaña de comunicación “Nuestra felicidad es unir”.

La muestra empleada quedó constituida por los documentos: Proyecto de Manual de Gestión de Comunicación (MGC), ETECSA 2022; Manifiesto de campaña de año nuevo I ETECSA 2022; Concepto de la campaña de comunicación “Nuevo Año ETECSA 2022”; Campaña de fin de año; Nuevas propuestas de lemas para campaña de año nuevo I ETECSA 2022; Unir: nuestro logro máspreciado.

El análisis de contenido consiste en el conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos, discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados (Piñuel, 2002). Este fue utilizado en los productos comunicativos que la campaña manejó en las redes sociales. Teniendo como objetivos: analizar

elementos de la identidad visual de los productos comunicativos empleados en la campaña “Nuestra felicidad es Unir”; verificar el cumplimiento del plan de acciones de la campaña “Nuestra felicidad es Unir” y describir las prácticas comunicativas en plataformas digitales durante la campaña de comunicación “Nuestra felicidad es unir”.

Para ello se empleó una muestra intencional. Esta no depende de probabilidades sino de condiciones necesarias para el curso de la investigación, por lo que es un muestreo de caso tipo. El análisis se le realizó a los productos que cumplieron con las siguientes condiciones: publicaciones pertenecientes a la campaña; emitirse por los perfiles institucionales de las diferentes redes sociales de manera coincidente; estar comprendidas entre el 13 de diciembre de 2021 y el 7 de enero de 2022. Así pues, quedaron definidas para el análisis de contenido 7 publicaciones.

La encuesta se utilizó para “recolectar información de personas respecto a características, opiniones, creencias, expectativas, conducta actual o conducta pasada” (Hernández, 2016, p.25). Ella se realizó con el objetivo de: evaluar el impacto de la campaña de comunicación “Nuestra felicidad es unir” en los públicos receptores de la DTVC. Se emplea un muestreo probabilístico (aleatorio simple) en cada uno de los segmentos de públicos, interno y externo (clientes naturales), de la institución utilizando el *software* estadístico Decisión Analyst STATS versión 2.0 como recomiendan Hernández-Sampieri et al. (2014, p.180) quedando conformada por 383 clientes naturales y 268 miembros del público interno como tamaño de la muestra.

La entrevista es una técnica con la cual el investigador se enfrenta directamente al individuo para obtener información verbal (Hernández-Sampieri et al., 2014). Para este trabajo se realizaron entrevistas a sujetos vinculados a la comunicación y participantes en el proceso de diseño y ejecución de la campaña. Con el objetivo de: describir la concepción de la campaña de comunicación “Nuestra felicidad es unir” y caracterizar la comunicación de RS de la empresa.

La selección de la muestra se apoya en un modelo no probabilístico, empleando informantes clave y aplicando como criterios de selección: tener al menos 5 años trabajando en el centro; haber participado en el diseño y ejecución de la campaña de comunicación; ser partícipe de la comunicación de RS que la empresa realiza y disponer de tiempo para colaborar con la investigación. Fueron elegidas como informantes la Especialista en Comunicación en la DTVC y a la Directora de Comunicación de la Empresa a nivel Nacional.

Resultados

ETECSA, en función de cumplir con las tres dimensiones que la RSE abarca de acuerdo a la norma ISO 26000, se traza caminos esenciales que tributen al desarrollo del ámbito social, económico y ambiental de sus públicos de interés. Según el proyecto de Manual de Gestión de la Comunicación (MGC) de ETECSA (2022), la empresa debe centrarse en el trabajo junto con las personas para elevar la calidad de vida; la reducción de la brecha digital propiciando un acceso a las tecnologías de la información y la comunicación para todos y todas; la naturaleza a partir de la protección del medio ambiente, el uso de energías renovables y la promoción de una cultura medioambiental. Todo ello en función de alcanzar el modelo de empresa socialmente responsable

que desea, que contribuya a la informatización del país, al bien público y tenga un gran impacto social.

En este propósito la comunicación de la responsabilidad social (CRS) no se puede ver aislada de los demás procesos comunicativos, sino dentro de la cotidianidad de las acciones de la institución. Por eso la empresa se ha enfocado en el fortalecimiento de la comunicación, centrándose en las personas y sus necesidades, así como en los recursos que posee para satisfacerles.

Según las normativas establecidas en el proyecto de MGC, la comunicación de RS abarca las diferentes dimensiones de la RSE. Sin embargo, en las entrevistas se corrobora que la dimensión ambiental y la social son las más recurrentes a partir de mensajes que tratan temas relacionados a la informatización, las enseñanzas y uso responsable de las TIC, la contribución de la empresa a la protección y cuidado del medioambiente, entre otros.

La revisión sobre comunicación de RS en el proyecto de MGC aporta que las políticas de comunicación, específicamente la política central establece que la gestión comunicacional apoyará inexcusablemente las estrategias empresariales para contribuir al cumplimiento de sus objetivos, garantizando que cada mensaje llegue de manera eficaz a sus públicos, proyectando la identidad corporativa y una imagen integrada de la organización, con sus valores institucionales con énfasis en el de responsabilidad social, haciendo uso de las diferentes herramientas y canales de la comunicación, además de documentos rectores y pautas.

Las entrevistadas plantean que la comunicación de RS está en el día a día, en las comunicaciones cotidianas, por eso emplea los canales y espacios habituales, combinando medios tradicionales y perfiles en redes sociales, sitios web, canales electrónicos. Además, refiriéndose a los mensajes los entrevistados los caracterizan como sencillos, directos, claros para conseguir la interpretación de las partes interesadas. Lo cual es refrendado en el MGC al referirse a los canales empleados en la comunicación y las características de esta última. Sobre los procesos de retroalimentación se obtiene en entrevistas que la principal vía es el balance anual, quedando otras formas de comunicación más rezagadas.

Siguiendo esta línea de comunicación la Dirección Nacional de ETECSA, en el mes de diciembre de 2021 lanzó la campaña de comunicación que llevó por título “Nuestra felicidad es Unir”. Según los documentos revisados fue una campaña de tránsito de un año a otro, declarada como estacionaria y de bien público por el interés de sus mensajes.

En la entrevista con sujetos participantes en el diseño y ejecución se pudo corroborar que la idea surge a partir de la difícil situación que enfrentaba el país y como una manera de resaltar la misión social de la empresa en función del bienestar de sus públicos. Su propósito fundamental fue cultivar una buena imagen para la organización en su apoyo a buenas causas y buenas prácticas sobre temas de sensibilidad profesional y social. Además de destacar las acciones de beneficio social y la contribución de la empresa a otros sectores en tiempos de contingencia sanitaria, garantizando las telecomunicaciones. Estos criterios y la revisión documental permiten afirmar

que es una campaña orientada a las aristas de RSE, aun cuando la campaña no fue declarada explícitamente con esa categorización.

Los objetivos de comunicación que definió la campaña fueron los siguientes: lanzar un mensaje humano de amor, de amistad y de celebración por el advenimiento del nuevo año 2022 y acompañar la expansión, personalización y desarrollo tecnológico de ETECSA en la realidad. El hecho de celebrar el advenimiento de un año recordando la presencia en diferentes acciones sociales a lo largo del periodo precedente la inclina a la comunicación de RSE en la dimensión social. Por otra parte, acompañar la expansión y desarrollo de ETECSA es un motivo para comunicar, demostrar y agradecer la presencia y necesaria vinculación entre clientes y empresa para el buen desarrollo de ambas partes.

Los públicos receptores fueron los internos y externos que logró alcanzar la campaña, ejecutada principalmente por redes sociales, espacios digitales y el medio televisivo como se plantea en los documentos consultados. El análisis de contenido en las redes sociales demuestra que estos públicos fueron los seguidores de los perfiles nacionales de la empresa, pues los perfiles en redes sociales que se emplearon en la difusión de los contenidos fueron los de ETECSA_CUBA. Se considera muy acertada la selección, pues presta atención sobre los públicos en redes digitales, que la empresa desea priorizar por estar en el tránsito de una empresa de voz hacia una empresa de datos.

Los elementos de la estrategia creativa evidencian que ETECSA diseña la campaña utilizando aquello que es importante en el diario de las personas (sus clientes), y las cosas que son necesarias tener a mano para construir la vida: la salud, la educación, el trabajo, las telecomunicaciones. Explora las ideas de acompañamiento y presencia continua a partir de un profundo sentido de pertenencia respecto a su quehacer. Declarando la felicidad como sentimiento extremo que producen las uniones que posibilita la empresa desde el amor, la alegría, la pasión y la entrega. “Nuestra felicidad es unir” constituye el eslogan, y es una declaración de la empresa hacia su audiencia, que expresa su deseo de conectar con toda seguridad y eficacia a sus clientes.

Los mensajes de la campaña se centraron en las diferentes contribuciones sociales de la empresa. De acuerdo al contenido, se relacionaron con la idea central y el objetivo específico de transmitir la felicitación a sus clientes por el acompañamiento ofrecido durante el año. Estos no se vinculan directamente a las dimensiones de la RSE, pero sí se acercan a la dimensión social como lo hace toda la campaña.

Las principales acciones se desarrollaron por los canales o espacios digitales fundamentalmente las redes sociales, con publicaciones de poca frecuencia debido a otras situaciones con las que convivió la campaña, que limitaron el cumplimiento del plan de acciones. Los mensajes de las publicaciones se caracterizaron por ser sencillos y directos, mostrando el sentido de acompañamiento y contribución con el desarrollo social del país.

Según la revisión documental la campaña pretende alcanzar a los públicos que sean seguidores de los perfiles de la empresa en redes sociales logrando llegar a un alto número; sin embargo,

los cuestionarios aplicados a trabajadores y clientes evidencian resultados en desacuerdo a ese propósito, pues el alcance fue muy limitado en los públicos de la DTVC.

En el ámbito interno de la empresa logra atrapar a mayor número, pero aun así se considera restringido, pues solo el 39,3% de los encuestados conoce sobre la campaña. En el ámbito externo fue insatisfactorio debido a que más de la mitad de la muestra analizada desconoce totalmente (63,3%). Por lo tanto, el alcance de la campaña se ve dificultado y se interpreta como una debilidad en la campaña que indiscutiblemente se traducirá en otros efectos.

Entre las causas que se asumen se encuentra que la campaña fue ejecutada desde la dirección nacional de comunicación; una vez realizadas las publicaciones de los contenidos en los perfiles de redes sociales se compartieron por las divisiones territoriales, entre ellas la del presente estudio, DT de Villa Clara, por lo que la inmediatez de la acción y su cumplimiento dependió de la dirección nacional. La campaña sobrevivió durante un periodo corto de tiempo (4 semanas), en las cuales se ejecutó la campaña, mientras se continuó realizando la comunicación institucional habitual en los perfiles oficiales, coincidiendo con una situación de crisis, que centró la atención y condicionó la omisión de algunas acciones o cambios en sus fechas. Por otra parte, se asume que el uso de medios digitales en casi la totalidad de la campaña fue una limitación para su visibilidad entre los públicos, pues aun cuando son clientes de ETECSA, no siempre siguen sus perfiles en redes sociales, plataformas de mayor uso para la ejecución de las acciones de comunicación.

La campaña de comunicación se diseñó para implementarse en los medios digitales y específicamente en los perfiles y canales de la empresa en las redes sociales, lo cual fue cumplido. Sin embargo, la efectividad de estos medios no fue la esperada, puesto que aunque un porcentaje alto de los clientes (88%) recuerda que se empleó fundamentalmente la red social Facebook, lo cierto es que ese es un porcentaje alto dentro de uno que es bajo (el que conoce la campaña). En el caso de los públicos internos el tratamiento que se le da a la comunicación de la responsabilidad social por espacios digitales se considera útil, aunque limitada y desconocida para muchos. Destacan como canales más importantes el portal del trabajador con el 92,1%, seguido de la red social Facebook con un 65%, Twitter con 27,6%, Instagram con 9,2% y Youtube con el 2,6%. En el caso de los clientes resulta Facebook (88% de las respuestas) la red social de mayor efectividad para la transmisión de los mensajes.

Esto evidencia que a lo interno resulta muy efectivo y útil el empleo de la intranet corporativa o portal del trabajador como un canal indirecto; sin embargo, se puede deducir que los trabajadores no participan activamente en la comunicación que se desarrolla desde los perfiles institucionales. Ello se traduce en la poca transcendencia e insuficiente empleo de los diferentes espacios y canales de comunicación de la empresa. Por lo que se necesita continuar potenciando el uso de redes sociales por los públicos que no siguen sus perfiles, no acceden a sus informaciones o no le son útiles. En futuras campañas la empresa debe tener en cuenta una adecuada planificación del plan de medios y redes sociales, en la que considere la variedad, accesibilidad y empleo por los públicos.

La ejecución del plan de acciones presentó dificultades en la última semana del año, uno de los motivos por los que se lanza la campaña y, además, la penúltima de la campaña. El cumplimiento

del cronograma y calendario de acciones mostró debilidades en su ejecución al omitir acciones o fechas de publicaciones. En entrevistas se obtiene que las acciones que se omitieron o se cambiaron de días estuvieron condicionadas por la cantidad de informaciones o sucesos que ocurrían en esa fecha, pues la campaña convivió con otras acciones de comunicación cotidianas de la empresa.

Desafortunadamente, coincidió con el incendio en Las Tunas, por lo que ante el impacto y la trascendencia de notas de prensa se modificó el curso de algunas acciones de la campaña. Esto se traduce en acortar el tiempo de la campaña, la presencia en redes y por lo tanto el reconocimiento y asimilación por parte de los usuarios de los mensajes, lo que repercute en el cumplimiento de lo propuesto.

La campaña emplea elementos de la identidad visual muy significativos, tales como el color, el uniforme corporativo y el logo, lo que proporciona una rápida identificación por parte de los públicos. Según los públicos internos, los elementos de la identidad visual empleados en los productos comunicativos que recordaron con mayor facilidad son los referentes a los trabajadores (84,9% de las respuestas), siguiendo las imágenes con atributos propios de la empresa (uniforme, color azul corporativo, artefactos) con un 76,7 % de respuestas. Mientras que el empleo del logotipo de la empresa y del eslogan de campaña ocupan los siguientes puestos con el 31,5% y 34,2 % de las respuestas obtenidas, respectivamente.

Para los clientes el uso de las imágenes con atributos propios de la empresa (uniforme, color azul corporativo, artefactos como carros, escaleras, redes, entre otros) resultan los de mayor impacto con un 75,9 % de respuestas, mientras que el empleo del logotipo de la empresa ocupa la siguiente colocación con el 62% de las respuestas obtenidas. Las imágenes de los trabajadores y el eslogan de la campaña quedaron más rezagados (43,5% y 40,7 %, respectivamente). Todo ello se traduce en que los elementos de la identidad visual están fuertemente arraigados en los clientes de la empresa.

Un análisis de las publicaciones en las redes sociales durante la campaña muestra que la empatía y el interés sobre los mensajes fueron prácticamente nulos y las expresiones de felicitación y gratitud ante los mensajes de la empresa muy escasos. A ello se suma la respuesta completamente ausente de la empresa hacia sus públicos de interés. Esto indiscutiblemente se traduce en las dificultades de comunicación recíproca, en el no cumplimiento por parte de la institución de su propósito de rendición de cuentas a los grupos interesados. Por lo que la empresa debe centrarse en responder las necesidades de sus públicos haciendo énfasis en una comunicación desde un paradigma que supere el mero hecho transmisivo. En futuras campañas de comunicación *on line* la empresa debe aprovechar las interacciones con sus clientes, conocerlos de cerca, buscar sus intereses y satisfacer sus necesidades, para cumplir con su responsabilidad social y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de sus clientes.

El 100% de los sentimientos que despertó la campaña en sus públicos internos se consideran positivos. Ellos varían fundamentalmente en torno al acompañamiento, la cercanía, alegría, felicidad y otras sensaciones semejantes en el 54,09% de los casos; la unidad, el compañerismo, la responsabilidad, la preocupación, el trabajo en equipo y otros afines en el 24,59% y la

confianza, el optimismo, la fuerza y otros en el 13,11%. Las reacciones de los clientes ante la empresa de acuerdo a sus percepciones son variadas. Elementos como la inconformidad ante propuestas comerciales de la empresa, dificultades en los precios o calidad de algunos servicios que promuevan pueden ser motivaciones para que existan sensaciones negativas o simplemente indiferencia ante sus mensajes.

Pese al bajo alcance que tuvo la campaña, los públicos internos y el segmento externo –clientes de la DTVC– concordaron con que esta es una buena iniciativa para cerrar un año y comunicar los aportes e impactos sociales, ambientales y económicos de la empresa y sus operaciones, así como su acompañamiento y presencia en la vida de los cubanos. Por lo que se considera que el mensaje que se logra comprender (en aquellos públicos alcanzados) está en correspondencia con las ideas planificadas durante la campaña.

Los resultados obtenidos del proceso evaluativo de la campaña “Nuestra felicidad es unir” en la DTVC son esenciales para la planificación y ejecución de la comunicación de RSC en la empresa, tanto a nivel territorial como en la estrategia nacional, aun cuando no ha sido un propósito generalizar, sí se pretende que sea tenida en cuenta. La investigación constituye un motor para continuar fortaleciendo estos conceptos en la implementación de la estrategia empresarial. Además, presume el cumplimiento de una demanda de la empresa y el reconocimiento de la RSE como un activo intangible fundamental para el desarrollo social. En el contexto cubano puede ser tomada como un referente para la planeación estratégica de la comunicación de RSE, tan necesaria en estos tiempos.

Conclusiones

La campaña “Nuestra felicidad es unir” transmitió un mensaje de amor y esperanza en tiempos difíciles por medio de los perfiles institucionales, fundamentalmente en las redes sociales, el sitio web y el medio televisivo. Se dirigió a los públicos de interés que logró alcanzar en las redes sociales con mensajes claros, precisos y directos; sin embargo, el proceso de retroalimentación presenta dificultades.

La propuesta creativa respecto a la esencia de la RSE es coherente y oportuna y la visualidad de sus productos es acorde a estos principios. Las principales ideas de los mensajes en los receptores se corresponden con los objetivos de comunicación.

El plan de acciones fue congruente en su diseño, pero incumplió el cronograma de ejecución, perdiendo visibilidad y repercusión las acciones. El impacto de la campaña en sus públicos fue limitado por lo que se considera necesario continuar potenciando la RSE.



Referencias

- Álvarez, A. (2011). *Medición y evaluación en comunicación*. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Azuero, D. (s.f). *La comunicación de la RSE. Propuestas para un modelo de comunicación responsable*. Forética.
- Castillo, I., y Villagra, N. (2019). La comunicación de la RSE. Análisis del sector hotelero. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1580 a 1609. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1400>
- Chávez, N., y Martel, R. (2010). *Definición de campañas y normas que rigen a una campaña* [Taller de Campañas de Comunicación, Universidad José Simeón Cañas].
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa.
- De Souza, I. (29 de mayo de 2019). ¿Cómo comunicar tu campaña de RSE en el mundo digital? *Rockcontent*. <https://rockcontent.com/es/blog/campana-de-rse/>
- Díaz-Guzmán, K. (2008). *Estrategias de comunicación*. Crucet & Asociados.
- Freeman, R. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing Inc.
- Hernández Rodríguez, O. (2016). *Estadística elemental para ciencias sociales* (4ª ed.). Editorial Universidad de Costa Rica.
- Hernández-Sampieri, R., Baptista Lucio, M^a del P., y Fernández Collado, C. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.
- International Organization for Standardization (ISO: 26000). (2010). *Guía de Responsabilidad Social*.
- Jáuregui, R. (2014). La RSE en Europa y en España: la empresa del siglo XXI. En: J. I. Galán Sazo y A Sáenz de Miera (Coords.). *Reflexiones sobre la responsabilidad social corporativa en el siglo XXI* (pp. 19-46). Ediciones Universidad de Salamanca.
- Montoya, M., y Martínez, P. (Coords.) (2012). *Responsabilidad social empresarial: una respuesta ética ante los desafíos globales* (Primera edición). Konrad Adenauer.

- Niño-Benavides, T., y Cortés, M. (2018). Comunicación estratégica y responsabilidad social empresarial, escenarios y potencialidades en creación de capital social: una revisión de la literatura. *Revista Prisma Social*, (22), 127-158. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6562963>
- Orjuela, S. (2011). La Comunicación en la gestión de la responsabilidad social empresarial. *Correspondencias & Análisis*, (1), 137-156. <https://doi.org/10.24265/cian.2011.n1.09>
- Orozco, J. (2010). Comunicación estratégica para campañas de publicidad social. *Pensar la Publicidad*, IV(2), 169-190.
- Piñuel, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas de análisis de contenidos. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42.
- Rivero, M. (2010). *Bases teórico-metodológicas para la evaluación del sistema de comunicación en empresas cubanas y Órganos de la Administración Central del Estado* [Tesis de Doctorado, Universidad de La Habana].
- Saladrigas, H. (2005). *Coordenadas cubanas para un fenómeno complejo: Fundamentos para un enfoque teórico-epistemológico de la investigación de la Comunicación Organizacional* [Tesis de Doctorado, Universidad de La Habana].
- Smolak-Lozano, E. (2013). Conceptos teóricos de la evaluación de las estrategias de comunicación en social media, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 467-479. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42133

Copyright (2024) © Lianelys Valdés León, Kirk Díaz-Guzmán Corrales y Dianitsy Barreto Martínez



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)

Ámbitos de la auditoría forense en países latinoamericanos (1998-2022)

Fields of forensic auditing in latin american countries (1998-2022)

Fecha de recepción: 2023-09-11 • Fecha de aceptación: 2023-12-15 • Fecha de publicación: 2024-02-10

Martha Karina Amezcua Luján¹

Universidad de Guadalajara, México

karina.amezcua@cusur.udg.mx

<https://orcid.org/0000-0002-6919-0362>

Sergio Iván Ramírez Cacho²

Universidad de Colima, México

sergio_cacho@ucol.mx

<https://orcid.org/0000-0003-0822-9873>

J. Jesús Torres Barragán³

Universidad de Guadalajara, México

jesus.torres@cusur.udg.mx

<https://orcid.org/0000-0002-8362-5086>

RESUMEN

En el presente estudio se analizan los ámbitos de la auditoría forense en países latinoamericanos a partir de 1998 y hasta 2022. Es una investigación documental con enfoque cualitativo y alcance descriptivo, se recurrió a la prosopografía para analizar a los expertos aprobados en los códigos de procedimientos penales para presentar medios probatorios y a los autores que perfilan a los

especialistas que la ejecutan, le otorgan una identidad y un uso. Las principales conclusiones son tres: primero, se proponen tres ámbitos de la auditoría forense: 1) el de la competencia profesional de los expertos en la que prevalecen los conocimientos inherentes al campo de la auditoría, contaduría, legales, tecnológicos, en metodologías y herramientas forenses; 2) el de aplicación, para investigaciones de índole penal, así como, en la prevención y detección de delitos económicos, financieros y fiscales; 3) el de acción, que comprende tanto el sector público como privado. Segundo, se identifican los medios probatorios que relacionan a la auditoría forense con los términos con que se le denomina, evidenciándose la definición de auditoría forense solo en una norma mexicana. Tercero, las tendencias actuales indican una apertura a la rendición de cuentas, fiscalización de empresas privadas y su implementación sin que medie un delito.

PALABRAS CLAVE: evaluación económica, contabilidad, experto, corrupción, legislación, método experimental

ABSTRACT

This study analyzes the fields of forensic auditing in Latin American countries from 1998 to 2022. It is a documentary research with a qualitative approach and descriptive scope; prosopography was used to analyze the experts approved in the criminal procedure codes to present evidentiary means and the authors who profile the specialists who perform it, give it an identity and a use. The main conclusions are threefold: first, three areas of forensic auditing are proposed: 1) that of the professional competence of the experts in which the knowledge inherent to the field of auditing, accounting, legal, technological, methodologies and forensic tools prevail; 2) that of application, for criminal investigations, as well as in the prevention and detection of economic, financial and fiscal crimes; 3) that of action, which includes both the public and private sectors. Second, the evidentiary means that relate forensic auditing to the terms with which it is called are identified, and the definition of forensic auditing is only found in one Mexican standard. Third, current trends indicate an openness to accountability, auditing of private companies and its implementation without the involvement of a crime.

KEYWORDS: economic evaluation, accounting, expert, corruption, legislation, experimental method

Introducción

En la siguiente investigación se realiza una aproximación a la auditoría forense a partir de su abordaje en Venezuela, Chile, Colombia, México y Ecuador. Cabe señalar que su implementación se remonta a tiempos antiguos; y de acuerdo a las propuestas efectuadas por Rodríguez (2001), Cano y Lugo (2005), Ayala (2008), Gutiérrez (2004) y Maldonado (2003) se observa un resurgimiento de la auditoría forense en los Estados Unidos de América con el caso de Al Capone en 1931 y un auge como herramienta para proveer pruebas a fiscales en los años noventa del siglo XX (Fonseca, 2009, p.17). A este respecto, Arbeláez et al. (2013, pp.218 y 220) realizaron un estudio documental sobre desarrollos investigativos de auditoría forense en Latinoamérica, publicado en 2013, el cual comprendió información a partir de 2005 y los llevó a concluir que, en el estudio de dicha disciplina, destacan algunos países como Venezuela, Ecuador, Guatemala, Perú, México y Colombia.

Después de la crisis de COVID-19, los países integrantes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2021a; 2021b) destinan gran cantidad de recursos a su recuperación económica, el desvío de estos tendría graves consecuencias en la economía de los ciudadanos y ralentizaría su crecimiento. México es un referente en instituciones de fiscalización y vigilancia de recursos públicos a través de la Auditoría Superior de la Federación (ASF), organismo que cuenta con experiencia en la ejecución de auditorías forenses y al que la OCDE recomendó efectuar acciones entre las que se encuentra utilizar la guía sobre Riesgos de Fraude y Corrupción para concientizar acerca de los delitos económicos y, asimismo, efectuar acciones preventivas y de detección. Cabe señalar, que los resultados de una auditoría forense pueden implicar la implementación de procedimientos legales e incluso la presentación de evidencia en procesos penales, así como conocer los patrones o esquemas fraudulentos y las tendencias de la disciplina (OCDE, 6 de enero de 2021; OCDE, 2021, pp.34 y 36).

Para comenzar, es conveniente iniciar con el análisis de los códigos de procedimientos penales de Venezuela, Chile, Colombia, México y Ecuador, entre 1998 cuando se identifica la intervención de expertos y el establecimiento de pruebas periciales que de acuerdo con Dávalos (2021) constituyen un medio probatorio de expertos en diversas disciplinas, identificados como peritos que exponen sus conocimientos en un tribunal sobre hechos o puntos controversiales y 2022. Medios probatorios con los que se vincula en esta investigación a la auditoría forense, a la vez, se analizan estudios y posturas de organismos, así como de autores latinoamericanos que permiten conocer bajo una perspectiva tradicional que el término de auditoría forense se utiliza en Venezuela, Chile, Colombia, México y Ecuador.

Además, coinciden en que el carácter de forense se adquiere si se presenta la evidencia resultante de una auditoría ante un tribunal y la definen como una auditoría especializada para descubrir, investigar o atestiguar en fraudes y delitos de índole económico y reconocer la implementación de herramientas tecnológicas, técnicas informáticas y metodológicas especializadas en dicha disciplina (Arbeláez et al. 2013; Auditoría Superior de la Federación –ASF–, 2022; Badillo, mayo de 2008; Buchahin, 2012; Calderón, 2017; Castro y Lugo, 2003; Colegio de Criminalistas de Chile A.G., 2017; Estupiñán, 2006; Flórez-Guzmán et al. 2015; Izquierdo, 2016; Leal et al. 2010;

Lollet, 2012; Maldonado, 2008; Ocampo et al. 2010; Soto y Paillacar, 2004; Toro-Álava et al. 2017; Velandia-Pacheco y Escobar-Castillo, 2019).

Se destaca entonces, que el vocablo forense otorga a la evidencia recabada durante una auditoría la posibilidad de adquirir un carácter público al ser presentada ante un juez. Esta perspectiva se comparte y adicionalmente se extiende ante la posibilidad de experimentar un uso nuevo de la auditoría forense, como lo es, aplicarse con independencia de la existencia de un delito económico en sus diversas modalidades. El objetivo de la investigación es identificar los ámbitos de la auditoría forense en países latinoamericanos a partir de la contrastación teórica entre los códigos procesales penales para identificar la incursión de peritos y el establecimiento de medios probatorios relacionados con la auditoría forense en dichas normas legales, las propuestas de autores que perfilan al profesional que la ejerce, distinguen su uso e incursión en la esfera de lo público y lo privado, además de develar las tendencias actuales de dicha disciplina en países latinoamericanos.

Metodología

La metodología implicó un estudio documental, con enfoque cualitativo y alcance descriptivo, a su vez, el método prosopográfico, que de acuerdo con Verboven et al. (2007) se utiliza para abordar un amplio abanico de temas y es un medio indirecto de investigación para estudiar objetos en diversos periodos y, a partir del cual se analiza el perfil de los expertos y los medios probatorios que se vinculan en este estudio con la auditoría forense por su contribución en la emisión de opiniones e información especializada o científica y la aportación de pruebas sobre hechos relacionados con una investigación de índole penal.

Ello, a partir de la aparición de dichos especialistas y herramientas legales en los códigos de procedimientos penales, que son presentados por país y atendiendo al orden cronológico de 1998 a 2022 en Venezuela, Chile, Colombia, México y Ecuador, países que tienen en común, además de la identidad latinoamericana, como forma de Gobierno la República. Así también, con base en autores, cuyos estudios y teorías valiosas provienen de fuentes documentales sometidas al escrutinio riguroso de una revisión bibliográfica, que comprendió artículos recopilados de la base de datos SCOPUS, de los cuáles se analizaron a autores provenientes de los países antes señalados (Velandia-Pacheco y Escobar-Castillo, 2019, p.285-287) y de investigaciones sólidas que idóneamente perfilan al profesional que incursiona en dicha disciplina y la investigan en el mismo contexto regional e histórico por ser todos, autores provenientes de dichos países latinoamericanos y cuyos estudios también son abordados durante el periodo señalado.

Lo diverso de las disposiciones legales establecidas en los códigos de procedimientos penales examinados y teorías analizadas en torno al perfil de los expertos, medios probatorios y definiciones de auditoría forense, si bien no las contraponen como doctrinas contrarias devela a los profesionales que la ejercen, las herramientas legales emitidas por expertos en auditoría forense, disciplinas vinculantes, su uso y la esfera en la que se implementa, que permiten proponer tres ámbitos de la auditoría forense: 1) el de competencia profesional; 2) el de aplicación, y 3) el de acción.

Este es el aporte principal en esta investigación. Los ámbitos de la auditoría forense se definen con base en el surgimiento o nacimiento en los códigos de procedimientos penales de los elementos que se vinculan en este estudio con la auditoría forense, su implementación atiende a la duración del proceso en el que se aplica, que a su vez implica una conclusión y los resultados obtenidos forman parte de un conjunto de pruebas y evidencia especializada. El examen y análisis efectuado, también arrojó datos relevantes, tales como los términos con los que se denomina, relacionan y se describe a dicha disciplina en los países latinoamericanos en cuestión, a la vez de revelar la existencia de su definición en una normativa mexicana e identificar sus tendencias actuales.

Resultados

3.1 Ámbitos de la auditoría forense con base en códigos procesales penales de países latinoamericanos

En los sistemas jurídicos de sociedades democráticas la materia relativa para señalar los delitos es el derecho penal; este, a su vez, tiene una ley sustantiva que casi siempre es un código penal, precisando los delitos y una ley adjetiva para regular los procesos y procedimientos al investigar y sancionar los delitos. Por ello, para conocer los ámbitos de la auditoría forense en países latinoamericanos se exponen en la *Figura 1* los códigos de procedimientos penales en los que se le relaciona y se vislumbra el perfil de los especialistas que la implementan, así como su aplicación. También se analiza si dentro de dichos códigos u otra norma legal se encuentra establecida la definición de auditoría forense.

Se aborda a Venezuela, país donde los medios probatorios con los que se vincula a la auditoría forense son pruebas, dictamen pericial, peritaje, experticias y consultores técnicos establecidos en el año 1998 y se evidencian en el artículo 111, numeral tres que establece que el Ministerio Público podrá requerir dichas prácticas para esclarecer hechos que forman parte de una investigación. Asimismo, en el artículo 150 se señala que las partes podrán ser asistidas por un consultor técnico o consultora técnica en una ciencia o arte; en tal sentido, también el Ministerio Público podrá nombrar a sus consultores de acuerdo a los artículos 182 y del 223 al 225 relacionados con la prueba, prácticas de experticias, intervención de peritos y emisión del dictamen pericial o peritaje, todos del Código Orgánico Procesal Penal (COPP) vigente en 2022 (Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, 2022).

En cuanto al Código Procesal Penal (CPP) chileno, el medio probatorio relacionado con la auditoría forense es el informe del perito y prueba pericial, establecidos a partir del año 2000. Lo anterior, de acuerdo con lo precisado en los artículos 314 y 315 que establecen la procedencia del informe debe ser efectuado por peritos que tengan conocimientos particulares en algún ámbito, así como, acreditar su idoneidad profesional; en el artículo 444 se precisa el ofrecimiento y producción de pruebas periciales (H. Congreso Nacional de Chile, 2022).

Desde el año 2000, también en Colombia se identifica como medio probatorio vinculado con la auditoría forense al dictamen pericial y peritos, con base en lo estipulado en el Código de Procedimiento Penal (CPP) que actualmente en su artículo 405 determina la prueba pericial

cuando sean requeridos conocimientos científicos, de carácter técnico, de índole artístico y especializados. De igual manera, en su artículo 406 se especifica el servicio de peritos o expertos que, tratándose de particulares, deben ser especialistas en la materia de que se traten las investigaciones (Congreso de la República de Colombia, 2022).

En México el medio probatorio vinculado con la auditoría forense es el de prueba pericial, emitida por un perito, definido como experto en una materia, arte u oficio, cuyo dictamen es aportado por las partes en una controversia jurídica o es solicitado por el juez o árbitro para emitir una resolución. Tratándose de este país se evidencia en el actual Código Nacional de Procedimientos Penales (CNPP), en vigor desde 2014, que vino a sustituir a todos los códigos de procedimientos penales de las entidades federativas, para homologar el proceso penal e instalar completamente el sistema penal adversarial y toma como antecedente el procedimiento dispuesto en la reforma constitucional de 2008 por su trascendencia (García, 2014), el cual, en su artículo 368 establece el ofrecimiento de pruebas periciales, para lo cual se requiere poseer conocimientos especializados en una ciencia, técnica, arte u oficio. En ese sentido, también en su artículo 369 se define que los peritos deberán contar con un título oficial en la materia de la que dictaminen prueba pericial para la valoración de conocimientos especiales (Honorable Congreso de la Unión, 2022).

A diferencia del resto de países latinoamericanos analizados, en México se observa que la denominada auditoría forense es una atribución de la función de fiscalización superior en la rendición de cuentas. Su definición se encuentra en el artículo 26, fracción IV del RIASF, que tiene por objeto practicar o continuar con auditorías implementando técnicas de la auditoría forense en la revisión de los procesos, hechos o evidencias para detectar actos y omisiones utilizando tecnología y herramientas forenses (Auditoría Superior de la Federación –ASF–, 2022).

Por último, en Ecuador se observan cómo medios probatorios relacionados con la auditoría forense las investigaciones y pericias que se presentan, incorporan y valoran en la audiencia de un juicio, de acuerdo a lo señalado en el artículo 454 del ahora Código Orgánico Integral Penal (COIP), vigente desde 2014, considerándose este año para efectos de vinculación por la trascendencia de sus reformas, cuyo antecedente inmediato es el derogado Código de Procedimiento Penal (CPP) del año 2000. Su área de aplicación son las investigaciones penales y se precisa la admisión de informes periciales. En dicho país se prevé en el artículo 511 del COIP la participación de peritos o profesionales expertos y especialistas en un área, con título y experiencia (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2022).

3.2 Ámbitos de la Auditoría Forense a partir de autores latinoamericanos

Se distingue aquí una mezcla entre la terminología y las propuestas de autores de Venezuela, Chile, Colombia, México y Ecuador que proporcionan evidencia sobre el perfil del profesional que incursiona en la auditoría forense, le otorgan identidad a dicha disciplina e identifican su campo de participación, lo que en su conjunto permite distinguir también los tres ámbitos de la auditoría forense, que se exponen en la *Figura 1*.

3.2.1 Venezuela

En Venezuela, Lollet (2012) asigna a la auditoría forense la implementación de técnicas de investigación criminalística en los ámbitos de la contabilidad, conocimientos jurídicos, procesales, financieros y de negocios a fin de que el experto pueda expresar su opinión y sirva como prueba en un tribunal. Le agrega un enfoque interesante cuando señala que el análisis resultante de una auditoría forense, además de ser útil en los tribunales, puede resolver disputas de diversa índole, sin ser necesario el llegar a sede jurisdiccional.

3.2.2 Chile

De acuerdo con el Colegio de Criminalistas de Chile A.G. (2017) la auditoría forense es una especialidad que investiga irregularidades y delitos económicos como fraudes y corrupción con enfoque hacia la prevención y detección de estos, aunado al criminalístico-investigativo. Entre las competencias que debe poseer o desarrollar el experto en auditoría forense destacan el entendimiento de la evidencia, la construcción de premisas investigativas (hipótesis), conocimiento y aplicación de procedimientos analíticos especiales, estadística descriptiva, entrevistas de investigación, aspectos de tipo metodológico y pericia contable para que su testimonio de experto pueda participar en los tribunales (Colegio de Criminalistas de Chile A.G, 2017, pp.5-6).

Por su parte, Soto y Paillacar (2004, pp.13, 16, 17) consideran que la auditoría forense permite evaluar los procesos para prevenir fraudes y actos ilícitos que afectan al Estado, cuyo fin es velar por el interés público, además de ser una alternativa para combatir el fraude en entidades financieras. De tal manera que el auditor forense debe ser un experto investigador con la capacidad de realizar peritajes sobre hechos que ocurrieron o son reales y ejecutar auditorías que coadyuven a la anticipación de delitos y fraudes, con profundo conocimiento en las metodologías de las normas de auditoría, aspectos legales para tipificar hechos delictuales u operaciones fraudulentas de tipo criminal, diferentes formas de acción del crimen organizado y tecnologías de la información.

3.2.3 Colombia

Los colombianos Arbeláez et al. (2013, pp.218 y 227) identifican a la auditoría forense como una herramienta que ayuda a detectar y judicializar fraudes, delitos económicos, financieros, contables y legales en las empresas; otra de sus vertientes propuestas es el descubrimiento de engaños fraudulentos en diversos campos, así como la oportunidad de establecer controles frente a las irregularidades que presenten empresas pertenecientes al sector público o privado. En esa misma línea, Castro y Lugo (2003) mencionan que, en sus inicios, la auditoría forense se consideró una auditoría especializada que descubre, divulga y permite atestar sobre fraudes y delitos en torno a las funciones públicas y privadas que no se limitará a la comprobación de fraudes y delitos.

A su vez, señalan que etimológicamente, el término forense corresponde al latín forensis, que significa “público” y se vincula al derecho, la aplicación de la ley y a un profesional idóneo que asiste a un juez en asuntos legales que le competen y, para ello, aporta pruebas de carácter público para ser presentadas en un juzgado o corte judicial, ubicándola también en el sector

privado. Con relación a las competencias del profesional en auditoría forense, los mismos autores priorizan las actividades de apoyo en investigaciones judiciales, en las que la evidencia contable sirve para comprobar diversos delitos económicos, fraudes, concordatos, siniestros y explican claramente disputas legales, asimismo, destacan al contador y auditor como profesionales idóneos para formarse como auditores forenses ya que cuentan con conocimientos de control interno y procedimientos de auditoría, debiendo instruirse en aspectos de investigación legal, jurídicos, de recolección de pruebas y evidencias (Castro y Lugo, 2003).

Otro término planteado en Colombia es el de investigación especial, utilizado por Estupiñán (2006, pp.431 y 433) para referirse a situaciones en las que se resuelven fraudes o abuso de confianza. Adicionalmente, el autor advierte el uso público o privado de la auditoría forense, en tanto que la profesión del auditor se la atribuye a los contadores públicos, quienes también son solicitados por las empresas para ejecutar auditorías financieras, administrativas, de gestión u operacionales como asesores tributarios y contables, y gracias a su experiencia son utilizados también en estratos judiciales.

Para Flórez-Guzmán et al. (2015, pp.668, 670 y 684) la auditoría forense busca revisar procesos con la finalidad de detectar y efectuar investigaciones sobre actos ilícitos e implica la instrumentación de herramientas especializadas y procedimientos técnicos de auditoría para obtener datos suficientes, así como para la recopilación de evidencia que será evaluada por un auditor o contador público, a fin de investigar indicios de fraude en organizaciones. Su estudio comprendió el proceso de la cadena de custodia, establecido en el CPP colombiano, con el que obtuvieron resultados confiables para el contratante de la auditoría; y en procesos civiles o penales, denotando así su accionar en los sectores público y privado.

Así, cuando una profesión soporta y sirve para asesorar o apoyar a la justicia al juzgar un delito se le asigna el término de forense. De igual forma, el auxilio de otras ciencias para evidenciar delitos es también un rasgo distintivo de la ciencia forense que posee un vínculo estrecho con la administración de la justicia al aportar pruebas de carácter público. De igual manera, para el autor la auditoría forense no da espacio a la subjetividad al enfocarse en las causas, consecuencias y en la detección de personas presuntamente involucradas en un delito, con lo que se convierte en fuente de prueba ante crímenes económicos y financieros y contribuye a contar con evidencia apropiada y suficiente al servicio de la justicia (Izquierdo, 2016, pp.187-189).

De acuerdo a Leal et al. (2010, pp.152, 157 y 159) el contador público pasa a ser un asesor de la justicia para efectos de evaluar y tipificar delitos económicos, ejercer procedimientos y técnicas para obtener pruebas o evidencias y lo conectan al dictamen pericial cuando interviene en el proceso de investigación, toda vez, que recopila y presenta ante un juez información de índole contable, financiera, administrativa, de orden legal e impositiva, para que sea aceptada y sirva de evidencia en contra de quien se ha involucrado o participado en un delito de naturaleza económica, todo ello en calidad de experto.

Por su parte, Ocampo et al. (2010, pp.108-109) describen a la auditoría forense como auxiliar de la justicia moderna, precisan que se trata de una herramienta para la detección y combate de delitos cometidos por empleados o patrocinadores externos, disciplina que incursiona en lo público

y privado. Respecto a los campos de especialización del auditor forense destacan la cuantificación de pérdida financiera, demandar lesiones personales, detectar irregularidades e infracciones, y enfatizan su papel en la aportación de pruebas indispensables para ser utilizadas en los tribunales.

Finalmente, Velandia-Pacheco y Escobar-Castillo (2019, pp.285 y 295) exponen a la auditoría forense a partir de su impacto en la prevención y detección de un fraude y consideran que la participación de los profesionales en esta área implica el conocimiento en procedimientos y herramientas tecnológicas como las técnicas informáticas, metodológicas y fraudes financieros propias de la auditoría forense.

3.2.4 México

En el contexto mexicano, Buchahin (2012, p.14) argumenta que la finalidad de la auditoría forense es la revisión de procesos, hechos o evidencia para detección o investigación de actos y omisiones que implican irregularidades o alguna conducta ilícita; de la misma forma, permite recabar pruebas válidas y suficientes, además de resaltar la implementación de técnicas de investigación especializadas, de tecnología y herramientas forenses para la compilación de elementos y pruebas que son presentadas ante autoridades ministeriales en la denuncia de probables hechos delictivos en el contexto de la rendición de cuentas. Esta definición corresponde a lo contenido en el artículo 26, fracción IV del RIASF (ASF, 2022).

Llegados a este punto, es necesario precisar que Buchahin también la identifica como una auditoría de investigación y especializada que eleva el nivel de especialización de las actividades de fiscalización (2012, p.53), enfoques con los que se coincide ampliamente. Cabe precisar que no todas las revisiones efectuadas por alguna autoridad administrativa culminan en un juicio, constituyen un delito o se persiguen penalmente, pero sí dan certidumbre sobre la evidencia recabada en una auditoría, se presente o no como prueba ante un juez.

3.2.5 Ecuador

También Badillo (2008, pp.5 y 14) expone a la auditoría forense como una auditoría especializada, enfocada en la prevención y detección del fraude, para así evitar futuros fraudes de tipo financiero. Con relación al área de acción, el autor la orienta hacia la corrupción financiera tanto pública como privada. El argumento de Badillo es explícito con relación a su aplicación, pues plantea que si tras una auditoría, ya sea de tipo financiero, de gestión, informática, tributaria, ambiental o gubernamental se detecta un fraude financiero y hay interés en profundizar sobre el mismo, entonces se incursiona en la auditoría forense, aunque también precisa que puede iniciarse por alguna denuncia (2008, p.5).

Por último, considera que el especialista en auditoría forense debe ser un profesional experto en diversas disciplinas, como la contabilidad, control interno, auditoría, administración de riesgos, fiscalidad, finanzas, técnicas investigativas, informática, leyes penales, entre otras, y el profesional en esta disciplina debe contar con características personales específicas como, ser objetivo, justo, honesto, inteligente, astuto, sagaz, prudente, planificador, tener independencia, capacidad

de análisis y ser precavido, rasgos que le permitan combatir actos de corrupción financiera en el ámbito público y privado (Badillo, 2008, pp.13, 16 y 18).

Maldonado (2008, p.2) presenta una definición en la que establece que la auditoría forense procura prevenir y estudiar hechos relacionados con la corrupción. Coincide con parte de la tipificación de un enfoque propuesto por Badillo (2008, p.5), el de la prevención. En la propuesta de Maldonado se distinguen los sectores público y privado en los que ubica a la auditoría forense, al precisar que la orientación de la disciplina es hacia la investigación de actos dolosos de tipo financiero en una empresa, el gobierno u organizaciones con manejo de recursos. Más aún, expone con precisión que derivado de las acciones erradas u omisiones en la gestión de una entidad u organismo público o privado pueden presentarse responsabilidades administrativas, civiles o penales cuando se habla de delitos, siendo estos últimos un campo primordial de la auditoría forense (2008, pp.33, 34 y 37).

Por último, Maldonado también define un perfil para el auditor forense, que resume en rasgos, características, actitudes, aptitudes y cualidades que dicho profesional debe poseer y entre las que destacan el saber trabajar bajo presión, la seguridad, tener una personalidad definida, cultura, capacidad de análisis, de investigación, honestidad, independencia, entre otras (2008, p.61).

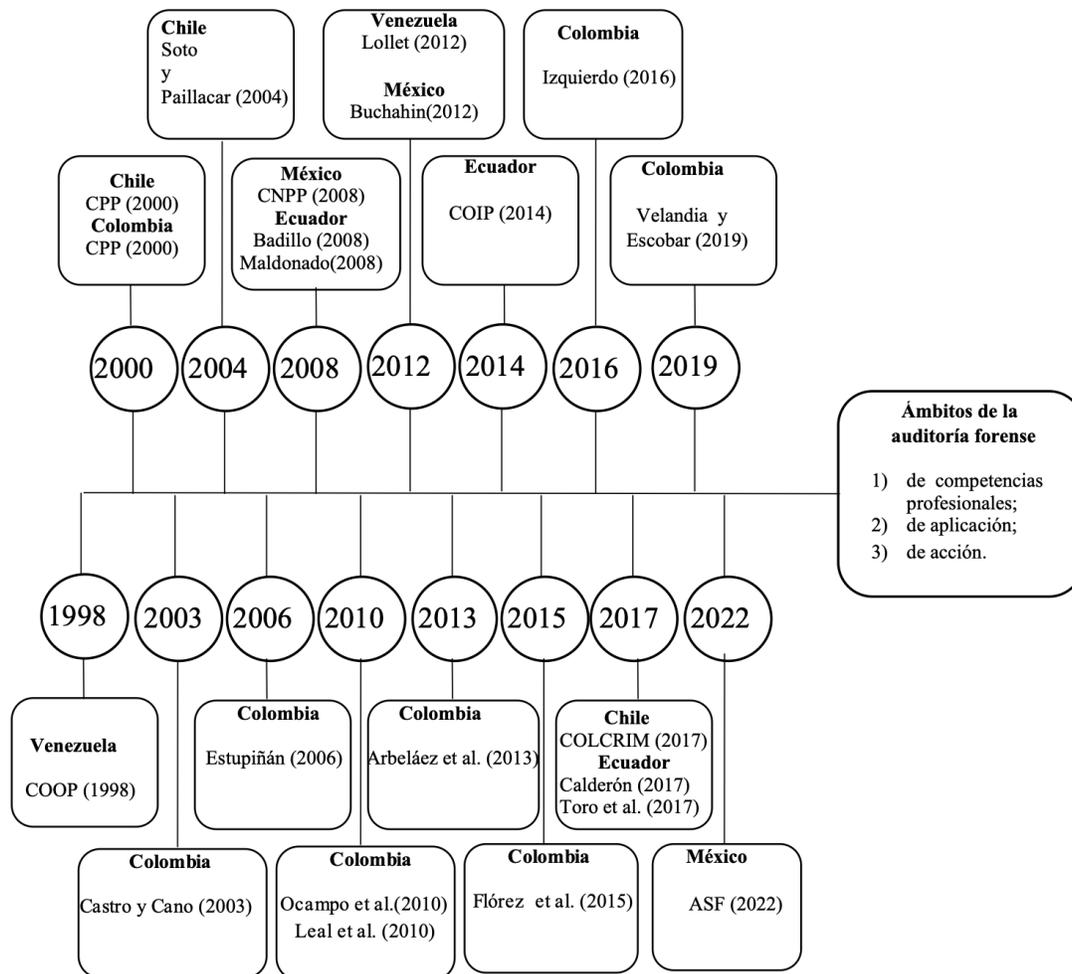
Otra propuesta es la de Calderón (2017, p.383) quien define a la auditoría forense como una ciencia para recabar información de tipo financiero, contable, de índole legal, administrativa y tributaria, presentada de tal forma que sea aceptada en una corte, en contra de los que comenten un crimen económico. Con base en dicha definición identifica como una necesidad la preparación del profesional con una visión integral que evidencie delitos como la corrupción administrativa, el fraude de índole contable, lavado de dinero, delitos de seguros, terrorismo y toma como áreas de acción la pública y privada.

En su opinión, Toro-Álava et al. (2017) definen a la auditoría forense como un mecanismo que descubre y permite denunciar fraudes cometidos en instituciones. Con relación a la competencia profesional, identifican al contador público y auditor, así como a las áreas financiera, contable, impositiva, administrativa, legal y de manejo de recursos, a fin de investigar, reunir y presentar información en contra de personas que cometieron delitos económicos para que sea aceptada por un juez. A su vez, develan como perímetro de acción el sector público –por la aplicación que le otorgan en entidades gubernamentales– y el privado.

En virtud del análisis efectuado a los códigos procesales penales y a las teorías propuestas por los autores que se mencionan, se proponen tres ámbitos de la auditoría forense: 1) el de la competencia profesional de los expertos en la que prevalecen los conocimientos inherentes a diversas disciplinas metodologías y herramientas; 2) el de aplicación que se define por el carácter de la auditoría e investigación que surge a partir de la presunción o detección de un delito de índole económica, y 3) el de acción, que atiende al sector público o privado. También, se evidencia la definición de auditoría forense solo en una norma mexicana y como tendencias actuales la rendición de cuentas, fiscalización de empresas y su aplicación sin ser necesario la existencia de un delito.

Figura 1

Estado de la Cuestión de los Ámbitos de la Auditoría Forense con Base en Códigos de Procedimientos Penales y Autores de Países Latinoamericanos a Partir del año 1998 hasta 2022.



Nota. El año que se cita en cada uno de los códigos de procedimientos penales expuestos en la *Figura 1* corresponden al que se incorporaron o surgen los términos vigentes con que se vincula a la auditoría forense (consultores técnicos, peritos, expertos y medios probatorios), fuentes que juntamente con los estudios e investigaciones efectuadas por los autores citados permiten exponer el estado de la cuestión de los ámbitos de la auditoría forense. Fuente: propia aplicando el método prosopográfico, adaptado de Arbeláez et al. (2013), Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2022); Asamblea Nacional República del Ecuador (2014, 2022); ASF (2022); Badillo (2008); Buchahin (2012); Calderón (2017); Castro y Lugo (2003); COLCRIM y Nino (5 de julio de 2017); Congreso de la República de Colombia (2000, 2022); Congreso de la república de Venezuela (1998); Estupiñán (2006); Flórez-Guzmán, et al. (2015); H. Congreso Nacional de Chile (2000, 2022); Honorable Congreso de la Unión (2008, 2022); Izquierdo (2016); Leal et al. (2010); Lollet (2012); Maldonado (2008); Ocampo et al. (2010); Soto y Paillacar (2004); Toro-Álava et al. (2017); Velandia-Pacheco y Escobar-Castillo (2019).

Conclusiones

La presencia de una variada terminología para denominar a la auditoría forense en Latinoamérica refleja un uso pluricultural del vocablo. El arribo de factores, características y cualidades que se le otorgan permiten acotar y asignarle tres ámbitos principales en países latinoamericanos: 1) de competencias profesionales; 2) de aplicación, y 3) de acción.

De acuerdo con lo establecido en los códigos de procedimientos penales de países latinoamericanos, el ámbito de competencia profesional con que se vincula a la auditoría forense corresponde a consultores técnicos, peritos o expertos en la profesión que ejercen y en la materia correspondiente a la comisión de las infracciones o delitos en una investigación penal, y que tratándose de la auditoría forense atiende a las áreas económicas, financieras, jurídicas o legales y tecnológicas, dada la naturaleza de los delitos de índole económica, financiera y fiscal.

En cuanto a los medios probatorios, en Venezuela se le relaciona con el de pruebas, dictamen pericial, peritaje y experticias; en Chile, Colombia y México lo hacen con el informe o dictamen pericial y prueba pericial; mientras que en Ecuador ocurre con investigaciones y pericias. Por tanto, el ámbito de aplicación de la auditoría forense en países latinoamericanos es para efectos de investigaciones penales. Adicionalmente, en México también se emplea en materia de fiscalización como mecanismo de la rendición de cuentas; es decir, en el ámbito del derecho administrativo y es el único país latinoamericano en el que se identifica el establecimiento del concepto de auditoría en una normativa, siendo esta el RIASF. Finalmente, el ámbito de acción la ubica en el sector público o privado.

Ahora, partiendo de las propuestas teóricas y estudios efectuados por autores latinoamericanos de Venezuela, Chile, Colombia, México y Ecuador, se conoce que el término con que la denominan mayormente es el de auditoría forense. Asimismo, la existencia en la literatura de diversos perfiles asignados a los profesionales de la auditoría forense y definiciones permiten constatar, ilustrar, identificar y también proponer tres ámbitos de la auditoría forense en países latinoamericanos: el de competencias profesionales; de aplicación y de acción.

Con relación al ámbito de competencia profesional del auditor forense en Latinoamérica, se identifican en Venezuela el contar con conocimientos en técnicas de investigación criminal, contables, jurídicos-procesales, financieros y de negocios. En Chile señalan competencias relacionadas con la comprensión de la evidencia, construcción de premisas investigativas y conocer procedimientos analíticos, de estadísticas, entrevistas, metodologías de las normas de auditoría y pericias contables, además de investigar, efectuar peritajes, tener conocimiento en aspectos legales, así como en tecnologías de la información.

En Colombia se le adicionan funciones, aptitudes y características, tales como las de asesor financiero, tributario y contable, consultor, recuperador de evidencia o pruebas, testigo experto, perito ante la justicia y autoridades tributarias. También interpreta hechos financieros, es objetivo, evalúa y tipifica delitos económicos y cuenta con conocimientos en procedimientos y técnicas para obtener evidencia en temas financieros, contables, legales, administrativos, en materia impositiva,

técnicas informáticas, procedimientos, herramientas tecnológicas y metodológicas de la auditoría forense.

En México, para la rendición de cuentas el perfil del auditor forense implica el conocimiento de técnicas de investigación especializadas, tecnología y herramientas forenses, mientras que en Ecuador ha de contar con conocimientos relacionados con la ejecución de auditorías financieras, de gestión, en informática, tributarios, ambientales, gubernamentales, contables, en auditoría, control interno, administración de riesgos, financieros, técnicas de investigación, legislación penal, laboral, entre otras, todos ellos con calidad de especialistas requeridos como testigos expertos o peritos en investigaciones judiciales derivadas de los delitos señalados en el ámbito de aplicación, mayormente auditores y contadores.

Con relación al ámbito de aplicación de la auditoría forense, en Venezuela funciona para expresar opiniones, presentar pruebas ante tribunales e implementar técnicas de investigación criminalística. Además, se propone su uso sin tener que llegar a sede jurisdiccional, aperturando en este sentido un nuevo ámbito de aplicación. En Chile atiende a la investigación y prevención de fraudes, corrupción, actos ilícitos y delitos económicos, con una distinción de enfoques entre la prevención, detección e investigación, incluyendo al criminalístico-investigativo.

En Colombia se documenta la detección, descubrimiento, divulgación, el atestar e investigar fraudes financieros, al igual que delitos o crímenes económicos, financieros, contables y legales, engaños fraudulentos, peculado, enriquecimiento ilícito, cohecho, desfalco, soborno, prevaricato, malversación de fondos, conflicto de intereses, abusos de confianza, corrupción, conductas o actos ilícitos, irregularidades, interpretación de hechos financieros para la presentación de pruebas y opiniones de expertos y judicializarlos o llevarlos a tribunales.

Por su parte, México muestra como ámbito de aplicación de la auditoría forense la revisión de procesos, hechos y evidencias para detectar o investigar irregularidades en la función pública o conductas ilícitas, para documentar pruebas que sean presentadas en la denuncia de presuntos hechos delictivos ante autoridades ministeriales relacionadas con la rendición de cuentas; de allí que este país sea el que cuenta con una definición de auditoría forense en una norma: el RIASF. Finalmente, en Ecuador ubican el ámbito de aplicación de la auditoría forense en la prevención, detección y descubrimiento de fraudes financieros y contables, corrupción financiera, hechos de corrupción, la investigación de actos dolosos, crímenes económicos, delitos relacionados con corrupción administrativa, delito de seguros, terrorismo y lavado de dinero, así como al reunir información de índole financiera, contable, legal, administrativa e impositiva para ser presentada ante una corte.

Además, teniendo en cuenta los conocimientos de los autores analizados, procedentes de países latinoamericanos, se reconoce la implementación, tanto de herramientas tecnológicas, como de técnicas informáticas, metodológicas y especializadas de la auditoría forense para su desarrollo o ejecución. Igualmente, el ámbito de acción de la auditoría forense en Venezuela, Chile, Colombia, México y Ecuador abarca los sectores público y privado. Por tanto, lo diverso de las normas vinculadas a la auditoría forense y teorías expuestas en torno a esta no las coloca propiamente unas contra otras; por el contrario, permiten advertir como enfoque prevaleciente su aplicación

ante la presunción o existencia de un delito en tanto la evidencia u opinión del experto sean llevadas ante un juez, asumiendo que el hecho que otorga a la auditoría el carácter de forense es la presentación de la evidencia resultante u opinión del experto ante un tribunal.

Finalmente, se develan como nuevos enfoques que amplían el ámbito de aplicación de la auditoría forense, la rendición de cuentas o fiscalización del uso de los recursos públicos, que vislumbra su implementación para efectos de la fiscalización sobre el cumplimiento de obligaciones fiscales por parte empresas privadas con la finalidad de incrementar la eficacia de procesos y procedimientos durante el desarrollo de una auditoría (dada la implementación de herramientas y técnicas forenses) para predecir o detectar la presencia de conductas ilícitas a partir de hallazgos e irregularidades.

Lo anterior se aplica independientemente de que se presuma un delito o se constituya, de tal manera que la evidencia resultante se encuentre revestida de procedimientos especializados y sea prueba contundente e irrefutable para los actores involucrados. A la par, se advierte como un campo digno de investigación en países latinoamericanos, bajo una argumentación jurídica, el establecimiento de disposiciones a nivel de código para la adición de la auditoría forense en procesos de fiscalización de entidades económicas no gubernamentales.

Referencias

- Arbeláez, D., Correa, L., y Silva, J. (2013). Un acercamiento a los desarrollos investigativos en la auditoría forense. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño*, 14(2), 216-230. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-86932013000200216&script=sci_arttext
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2022). *Ley Orgánica de Reforma del Código Orgánico Procesal Penal*. Decreto N°. 6644 Extraordinario, 17 de septiembre de 2021 (Venezuela). <http://www.asambleanacional.gob.ve/>
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2022). Código Orgánico Integral Penal. Registro Oficial No. 180, 10 de febrero de 2014. <http://www.asambleanacional.gob.ec/>
- Auditoría Superior de la Federación. (2022). *Reglamento Interior de la Auditoría Superior de la Federación*. Nuevo Reglamento publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de enero de 2017. <http://www.asf.gob.mx/>
- Ayala, H. (2008). *El contador forense*. Legis Editores S.A.
- Badillo, J. (2008). *Auditoría Forense. Más que una especialidad Profesional una misión: prevenir y detectar el fraude financiero*. IDEAF.
- Buchahin, M. (2012). Auditoría Forense. *Revista Técnica de la Auditoría Superior de la Federación*, (3), 49-64.
- Calderón, J. (2017). Auditoría forense. Posibles tendencias de las investigaciones. *Revista Publicando*, 4(10), 383-390. <https://core.ac.uk/download/pdf/236644665.pdf>
- Cano, C., y Lugo, C., (2005). *Auditoría forense en la investigación criminal de lavado de dinero y activos*. Ecoe Ediciones.
- Castro, V., y Cano C. (2003). Auditoría Forense. *Revista internacional Legis de Contabilidad & Auditoría*, (13), 155-185.
- Colegio de Criminalistas de Chile A.G. (25 de Julio de 2017). *Alcances y Propuestas Proyecto de Ley Boletín 10.162-05*.
- Congreso de la República de Colombia. (2000). *Ley 599 de 2000*. Código de Procedimiento Penal.
- Congreso de la República de Colombia. (2022). *Ley 906*. Código de Procedimiento Penal. Diario Oficial No. 52306, 12 de febrero de 2022. (Colombia).
- Congreso de la República de Venezuela. (1998). *Código Orgánico Procesal Penal*.

- Dávalos, J. (2021). La Prueba Pericial. *La Prensa*, (62).
- Estupiñán, R. (2006). *Control Interno y Fraudes con base en los ciclos transaccionales. Análisis de informe COSO I y II*. Ecoe Ediciones.
- Flórez-Guzmán, M., Hernández-Aros, L., y Gallego-Cossio, L. (2015). Tableros de control como herramienta especializada: perspectiva desde la auditoría forense. *Cuadernos de Contabilidad*, 16(42), 661-687. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc16-42.tche>
- Fonseca, Á. (2009). Auditoría forense aplicada a la tecnología. *Adversia*, (5), 15–30. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/adversia/article/view/4770>
- García, S. (2014). Comentarios sobre el Código Penal de Procedimientos Penales de 2014. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*. (141), 1167-1190. <https://www.scielo.org.mx/pdf/bmdc/v47n141/v47n141a11.pdf>
- Gutiérrez, D. (2004). *Propuesta de una metodología en auditoría forense para el delito desviación presupuestaria (caso DISIP, Barinas)* [Tesis de Grado, Universidad Centro–Occidental Lisandro Alvarado].
- Izquierdo, K. (2016). La auditoría forense: origen y aproximación como ciencia. *Apuntes Contables*, (18), 185-193. <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/6363>
- Leal, L., Rodríguez, E., y González, R. (2010). Auditoría forense: los procedimientos del Contador Público en la investigación del fraude corporativo. *Gestión & Sociedad*, 3(2), 141-160. <https://ciencia.lasalle.edu.co/gs/vol3/iss2/11/>
- Lollet, R. (2012). *Auditoría Forense: Investigaciones efectivas de fraudes en las empresas* [Conferencia por las Jornadas de actualización del Colegio de Administradores del Distrito Capital].
- Maldonado, M. (2003). *Auditoría Forense. Prevención e investigación de la corrupción financiera* (1ª ed.). Editora Luz de América.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (6 de enero de 2021a). *Presentación de dos Estudios del Mandato de la ASF de México*.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2021b). *Informe de avances sobre la Implementación del mandato de la Auditoría Superior de la Federación de México. Mejorando el impacto y contribuyendo a la buena gobernanza*.
- Ocampo, C., Trejos, O., y Solarte, G. (2010). Las técnicas forenses y la auditoría. *Scientia Et Technica*, 2(45), 108-113. <https://doi.org/10.22517/23447214.281>

- Rodríguez, B. (2001). *Análisis comparativo de las prácticas de auditoría e investigación financiera forense relacionadas con información financiera del sector público colombiano entre los años 2001 a 2002*. [Documento en línea]. Trabajo de investigación, Pontificia Universidad Javeriana.
- Soto, G., y Paillacar, C. (2004). Auditoría Forense. Una nueva especialidad. *Journal of Accounting, Auditing and Business Management. CAPIC REVIEW*, (2), 13-25.
- Toro-Álava, W., Reyes-Tomalá M., Arriaga-Baidal, B., y Espinoza-Mendoza J. (2017). La auditoría forense como herramienta en la detección de delitos de cuello blanco. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 3(8), 1-13.
- Velandia-Pacheco, G., y Escobar-Castillo, A. (2019). Investigación en auditoría forense: revisión de publicaciones SCOPUS 1975-2018. *Revista Criminalidad*, 61(3), 279-298. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-31082019000300279&script=sci_arttext
- Verboven, K, Carlier, M., & Dumolyn, J. (2007). A short manual to the art of prosopography. In *Prosopography Approaches and Applications. A Handbook* (pp. 35–70). Prosopographica et Genealogica. <https://doi.org/1854/8212>



Copyright (2024) © Martha Karina Amezcua Luján, Sergio Iván Ramírez Cacho y J. Jesus Torres Barragán



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)

El buen gobierno cooperativo y la administración integral de riesgos en el sistema financiero popular y solidario

Good cooperative governance and comprehensive risk management in the popular and supportive financial system

Fecha de recepción: 2023-05-23 • Fecha de aceptación: 2023-09-21 • Fecha de publicación: 2024-02-10

Edison Fernando Simbaña Benalcázar

Red de Investigación del Sistema Financiero Ecuatoriano, Ecuador

fsimbana@riskmanagement.com.ec

<https://orcid.org/0009-0000-4593-0285>

RESUMEN

La Economía Popular y Solidaria responsabiliza adoptar prácticas de buen gobierno cooperativo, el compromiso universal para aplicar valores y principios cooperativistas, y prácticas de buen gobierno cooperativo. Según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, mejorar la percepción y confianza del público en el Sistema Financiero Popular y Solidario. pero, la confianza alcanzada por las Cooperativas de Ahorro y Crédito es producto de estándares de prudencia financiera (administración integral de riesgos).

Se investigó la incidencia del buen gobierno cooperativo en la administración integral de riesgos, identificando parámetros normativos nacionales e internacionales aplicables para las COACs, contrastando la correlación perpetuada entre ellas para decidir y generar un sistema de control interno, considerando los riesgos financieros, como los no financieros, como parte de la ética, moral y transparencia, que confluye en la rendición de cuentas, como una responsabilidad de sus

administradores, salvaguardando así los derechos del público en general.

Se analizaron a las 10 COACs del segmento 1, registradas en el SPFS, por investigación no experimental de las variables de buen gobierno cooperativo y administración integral de riesgos, con un diseño transeccional o transversal del tipo correlacionales-causales que llevó a comprender que las de mayor cumplimiento de su situación administrativa mejoran la financiera.

PALABRAS CLAVE: economía informal, economía solidaria, economía colectiva, control presupuestario, auditoría financiera

ABSTRACT

The Popular and Solidarity Economy is responsible for adopting good cooperative governance practices, the universal commitment to apply cooperative values and principles, and good cooperative governance practices. According to the Organic Law of Popular and Solidarity Economy, to improve public perception and confidence in the Popular and Solidarity Financial System, but the confidence achieved by the Savings and Credit Cooperatives is a product of financial prudence standards (comprehensive risk management).

The incidence of good cooperative governance in comprehensive risk management was investigated, identifying national and international regulatory parameters applicable to the COACs, contrasting the correlation perpetuated between them to decide and generate an internal control system, considering financial and non-financial risks, as part of ethics, morals and transparency, which converge in accountability, as a responsibility of its administrators, thus safeguarding the rights of the general public.

Hence, the analysis carried out on the 10 COACs of segment 1, registered in the SPFS, through non-experimental research of the variables of good cooperative governance and comprehensive risk management, with a transeccional or transversal design of the correlational-causal type, It has led us to the understanding that those COACs that present greater compliance in terms of their administrative situation, record a better financial situation.

The 10 COACs of segment 1, registered in the SPFS, were analyzed by non-experimental research of the variables of good cooperative governance and comprehensive risk management, with a cross-sectional or transversal design of the correlational-causal type that led to the understanding that those with greater compliance with their administrative situation improve their financial situation.

KEYWORDS: informal economy, solidarity economy, collective economy, budgetary control, financial auditing

Introducción

La Constitución de la República del Ecuador (CRE, 2008) considera a la solidaridad, cooperación y reciprocidad, como la premisa de la Economía Popular y Solidaria (EPS), relevando que se debe privilegiar al ser humano por sobre el capital. Es en este contexto que surge el Sistema Financiero Popular y Solidario (SFPS), del cual se desprenden las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COACs), que, por su naturaleza, lleva implícito los valores y principios universales del cooperativismo, en los que subyacen preceptos a considerarse para un buen gobierno cooperativo. Sin embargo, estos resultan incipientes si no son complementados con normas que permitan analizar adecuadamente los riesgos a los que se encuentran expuestas las COACs, como parte de la intermediación financiera; es por esta razón que la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS, 2021), en función de sus atribuciones, contempla que las COACs incorporen en su gestión, lineamientos, principios y prácticas que conduzcan hacia un buen gobierno cooperativo, concomitantemente con la implementación de la administración integral de riesgos.

Por consiguiente, la gestión de un buen gobierno cooperativo de manera proactiva se enfoca en el cumplimiento de regulaciones, como parte del establecimiento de un sistema de control interno, que minimice la ocurrencia de eventos de riesgos, en la que implícitamente está la administración integral de riesgos, y, por consiguiente, se centra en mejorar la percepción y confianza del público en el SFPS.

En este sentido, la Norma de Control de Buen Gobierno, Ética y Comportamiento para las Cooperativas de Ahorro y Crédito, Cajas Centrales y Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la Vivienda (en adelante, Norma de Buen Gobierno) determina que se considerarán principios como la ética, y la transparencia de la información, por lo que la capacidad profesional y de gestión será parte de las responsabilidades de un buen gobierno cooperativo. Asimismo, enfatiza en la necesidad de una cultura de riesgos, por lo que el garantizar la idoneidad del personal para la administración integral de riesgos, es una atribución y responsabilidad, que confluyen en un buen gobierno cooperativo (SEPS, 2021).

En esa misma línea, Arregui et al. (2017) afirman que la adopción de buenas prácticas de gobierno cooperativo es un factor esencial para que las COACs tengan estabilidad financiera, que permita contribuir al SFPS.

Es así que el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea (CSBB, 2006) sostiene que las insuficiencias que pudieran presentarse por la falta de un buen gobierno desembocan en quiebras; esto debido a la realización de actividades inapropiadas, que se perfecciona con una carente transparencia, en la que es evidentemente la inadecuada implementación de mecanismos de control, debido en su mayor parte al desequilibrio de poderes que pudieran presentarse en la toma de decisiones como consecuencia de una inexistente gestión de riesgos.

Ahora bien, desde el punto de vista de Altamirano et al. (2016) el buen gobierno cooperativo busca “prevenir los conflictos de interés, eliminar las prácticas creativas y minimizar riesgos” (p.15). Cabe tener en cuenta que las prácticas creativas utilizadas por las COACs, en la que se manipulan las cifras financieras, para reflejar posiciones sólidas y rentables de manera fraudulenta, generan

no solo inestabilidad, sino inseguridad en el SFPS; es en este sentido que plantean la aplicación y medición de lineamientos del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), como parte de la adopción de mecanismos de control.

De la misma manera, como lo plantea Altamirano (2018) los conflictos en las COACs se originan por la existencia de diferentes intereses, por parte de los actores involucrados, lo cual implícitamente incrementa el riesgo en la toma de decisiones, generando pérdidas, que en muchos casos afectan la situación financiera, es por eso que en su análisis ha considerado la evaluación de indicadores, atinentes al crecimiento, alertas de riesgo y rentabilidad de las COACs, con base en los lineamientos contemplados por la CAF, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Alianza Cooperativa Internacional (ACI, 1995).

Igualmente, Altamirano (2019) sostiene que la inadecuada implementación un modelo de buen gobierno cooperativo, por parte de las COACs, en el que se integren estrategias que permitan identificar, medir, priorizar, controlar, mitigar, monitorear, y comunicar los riesgos dentro del balance y fuera del balance, ha llevado a la quiebra inesperada de las COACs, debido principalmente al conflicto de intereses en la toma de decisiones, lo que conlleva a la asunción de altos riesgos, incluso de manera fraudulenta; es por este motivo que en su propuesta utiliza los lineamientos del BID, para el establecimiento de un modelo en el que se incluya a la arquitectura de control, teniendo en cuenta que en la mayor parte los riesgos no fueron tratados con un carácter preventivo.

Por tanto, se evidencia la necesidad de analizar cómo influye en el SPFS el buen gobierno cooperativo en la administración integral de riesgos, partiendo de una hipótesis correlacional, en la que se establecen “las relaciones entre dos o más variables y corresponden a los estudios correlacionales” (Hernández et al. 2010, p.97), por lo que para la investigación se expresa que, a mayor fortalecimiento del buen gobierno cooperativo, mayor implementación de la administración integral de riesgos, con lo cual se consolida el control interno en el SFPS.

Del mismo modo, se hace indispensable conocer el marco normativo que atañe al buen gobierno cooperativo y la administración integral de riesgos, toda vez que en estas se tienen parámetros, en los que se consideran regulaciones nacionales y estándares internacionales, por lo que se requiere comprender su aplicabilidad en el SPFS; y por supuesto cómo estas convergen en un sistema de control interno, por lo que se hace imperante contrastar la correlación del buen gobierno cooperativo y la administración integral de riesgos para la generación de un sistema de control interno.

Es en este sentido que las variables de buen gobierno cooperativo y administración integral de riesgos serán analizadas contemplando una Revisión Sistemática de la Literatura (RSL), afín de aprovechar las publicaciones que se encuentran disponibles en torno al objetivo planteado para el tema en cuestión; permitiendo la generación de una investigación que abocará al pensamiento crítico para el contraste de la hipótesis.

Metodología

Para analizar la incidencia del buen gobierno cooperativo en la administración integral de riesgos se ha considerado la utilización de la investigación no experimental, que como lo plantean Hernández et al. (2010) son “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.149), enfocada en un diseño transeccional o transversal del tipo correlacionales-causales, pues: “estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa-efecto (causales)” (p.154), a fin de determinar la relación existente del buen gobierno cooperativo y la administración integral de riesgos en el SFPS.

Teniendo en cuenta que la investigación se centra en las variables de buen gobierno cooperativo y administración integral de riesgos se ha tomado como unidad de análisis a 10 COACs del segmento 1, que se registran en el SPFS, las mismas que en un período de cuatro meses ocuparon con mayor frecuencia los cinco primeros y los cinco últimos lugares en el ranking del SFPS del segmento 1, en cuanto a la cuenta ganancia del ejercicio, constante en el boletín financiero del segmento 1 de la SEPS, estadísticas SFPS del portal estadístico SEPS, por lo que para su tabulación se contemplan valores de 0 y 1.

Es pertinente expresar que, la Codificación de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros Libro I: Sistema Monetario y Financiero (2017) (en adelante la Codificación de Resoluciones), las COACs del SFPS se segmentan de acuerdo al saldo de sus activos (p.444) (ver *Tabla 1*).

Tabla 1

Segmentación COACs SFPS

Segmento	Activos (USD)
1	Mayor a 80'000.000,00
2	Mayor a 20'000.000,00 hasta 80'000.000,00
3	Mayor a 5'000.000,00 hasta 20'000.000,00
4	Mayor a 1'000.000,00 hasta 5'000.000,00
5	Hasta 1'000.000,00

Nota. Muestra la segmentación de las COACs del SFPS de acuerdo al saldo de sus activos. Fuente: Página web de la SEPS y Codificación de Resoluciones.

Tabla 2

Ranking SFPS COACs Segmento 1 Cuenta Ganancia del Ejercicio

Ranking SFPS	COACs	Período 2022				Totales
		Junio	Julio	Agosto	Septiembre	
Cinco primeros lugares	COAC 1	1	1	1	1	4
	COAC 2	1	1	1	1	4
	COAC 3	1	1	1	1	4
	COAC 4	1	0	1	1	3
	COAC 5	0	1	1	1	3
Cinco últimos lugares	COAC 6	1	1	1	1	4
	COAC 7	1	1	1	1	4
	COAC 8	1	1	1	1	4
	COAC 9	1	1	1	1	4
	COAC 10	1	0	0	1	2

Nota. Muestra la frecuencia de los cinco primeros lugares y los cinco últimos lugares de las COACs del segmento 1, de acuerdo a la cuenta ganancia del ejercicio, en un período de cuatro meses. Fuente: Página web de la SEPS.

En tal sentido la muestra resulta suficientemente representativa respecto del “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernández et al., 2010, p.174), teniendo una población que corresponde a 43 COACs del segmento 1 (ver *Tabla 2*), en la que todos tienen la misma oportunidad de ser elegidos (Hernández et al., 2010, p.185), al ser de carácter probabilística.

Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación transeccionales, tanto descriptivos como correlacionales-causales (las encuestas de opinión o *surveys*, por ejemplo), donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población. Estas variables se miden y se analizan con pruebas estadísticas en una muestra, donde se presupone que esta es probabilística y todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos (Hernández et al., 2010, p.177).

Asimismo, se ha considerado como instrumento de medición la utilización de datos secundarios, que como Hernández et al. (2010) lo expresan: “implica la revisión de documentos, registros públicos y archivos físicos o electrónicos” (p.261), por lo que se han contemplado las páginas web de las 10 COACs del segmento 1, que se han tomado como muestra, como se muestra en la *Tabla 3*.

Tabla 3

Páginas Web de las 10 COACs SFPS Segmento 1

Ranking SFPS	COACs	Página web
Cinco primeros lugares	COAC 1	https://www.jep.coop/
	COAC 2	https://www.coac-sanfra.com/
	COAC 3	https://www.29deoctubre.fin.ec/
	COAC 4	https://www.cacpeco.com/
	COAC 5	https://www.cooprogreso.fin.ec/
Cinco últimos lugares	COAC 6	https://crea.fin.ec/
	COAC 7	https://www.caja.com.ec/2021/
	COAC 8	https://www.oncedejunio.fin.ec/oncedejunio/
	COAC 9	https://www.cpmv.fin.ec/
	COAC 10	https://www.coop15abril.fin.ec/

Nota. Muestra la página web de las 10 COACs del segmento 1. Fuente: Páginas web de las 10 COACs del segmento 1

Así también se ha tenido en cuenta la información del portal interactivo DATA SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2022a), el mismo que ha sido creado con la colaboración de la CAF; igualmente, como se había señalado anteriormente, se ha considerado el boletín financiero del segmento 1 de la SEPS, estadísticas SFPS del portal estadístico SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2022b), el mismo que está estructurado con la información suministrada por las entidades que conforman el SFPS, por lo que su confiabilidad garantiza la validez total de la medición de las variables con la objetividad que se requiere para la investigación. Es pertinente manifestar que para el modelamiento de la data se ha requerido únicamente una hoja de cálculo de Excel.

Por consiguiente, partiendo de que las COACs tienen la obligatoriedad de rendir cuentas respecto de su gestión, y, consecuentemente deben poner a disposición no solo de sus socios, sino del público en general, temas como el informe de la administración, el informe de la calificadora de riesgos, los indicadores de liquidez, solvencia, eficiencia y rentabilidad, la calificación de activos de riesgo, sus principales indicadores, las tasas de interés activas y pasivas efectivas anuales, los cargos por servicios financieros, la calificación de riesgo, y el procedimiento para la atención de los reclamos; para el análisis del buen gobierno cooperativo se ha tenido en cuenta el verificar el cumplimiento, de que los 14 temas que responden a la rendición de cuentas respecto de la gestión (ver *Tabla 4* y *Tabla 5*), y que conforme a lo determinado en la regulación nacional deben encontrarse disponibles en la página web de las 10 COACs del segmento 1, por lo que para su tabulación se contemplan valores de 0 y 1.

Tabla 4

14 Temas de Rendición de Cuentas a Verificar en las Webs de las 10 COACs SFPS Segmento 1

Temas	Regulación nacional			Disposición
1				1. Informe de la administración
2	COMF	Artículo 245	Acápites	6. Informe de la calificador de riesgos, cuando corresponda
3				8. Indicadores de liquidez, solvencia, eficiencia y rentabilidad
4				9. Calificación de activos de riesgo del último ejercicio económico
5	COMF	Artículo 246	Acápites	1. Sus principales indicadores financieros
6				2. Las tasas de interés activas y pasivas efectivas anuales
7				3. Los cargos por servicios financieros
8				5. La calificación de riesgo, cuando corresponda
9				8. El procedimiento para la atención de los reclamos ante la institución financiera
10	Norma de Buen Gobierno	Inciso 10.9.1	Literal	a) Misión, visión y objetivos de la entidad
11				b) Estatuto de la entidad
12				c) Distribución de excedentes
13				d) Código de ética y comportamiento
14				e) Normativa relativa al proceso electoral

Nota. Muestra los 14 temas de rendición de cuentas a verificar en las páginas web de las 10 COACs del segmento 1. Fuente: COMF y Norma de Buen Gobierno.

Tabla 5

Cumplimiento de 14 Temas en las Páginas web de las 10 COACs SFPS Segmento 1

Regulación nacional	COMF				COMF				Norma de Buen Gobierno					Totales	
	Acápites				Acápites				Literal						
Disposición	1.	6.	8.	9.	1.	2.	3.	5.	8.	a)	b)	c)	d)	e)	
COAC 1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	8
COAC 2	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
COAC 3	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	10
COAC 4	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	10
COAC 5	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	11
COAC 6	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	6
COAC 7	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
COAC 8	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	6
COAC 9	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3
COAC 10	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	10

Nota. Muestra el cumplimiento de los 14 temas verificados en las páginas web de las 10 COACs del segmento 1. Fuente: Páginas web de las 10 COACs del segmento 1.

Adicionalmente se ha efectuado un proceso de homologación con los principios universales del cooperativismo determinados por la ACI (1995), correspondientes al control democrático de los miembros, la educación, formación e información, así como con los principios de la EPS constantes en la LOEPS (2011), atinentes a la prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales y la responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas.

También con los principios del Código Orgánico Monetario y Financiero (COMF, 2014) concebidos para el sistema financiero, que señalan como premisa el fortalecimiento de la confianza y la protección de los derechos ciudadanos, que son congruentes con los principios de gobierno corporativo de la OCDE y del G20 (en adelante principios de la OCDE y G20).

En lo referente a la divulgación de información y transparencia, y las responsabilidades del consejo de administración (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos –OCDE–, 2016), concordantes con principios de gobierno corporativo para bancos, en lo correspondiente a las responsabilidades generales del consejo, aptitudes y composición del consejo, la alta dirección, la función de gestión del riesgo, la identificación, seguimiento y control de riesgos, y la comunicación de riesgos (Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, 2015); esto con la finalidad de verificar el cumplimiento de la regulación nacional y estándares internacionales, en torno a los principios de buen gobierno, como parte el análisis del buen gobierno cooperativo (ver *Tabla 6*).

Tabla 6

Homologación 14 Temas con los Principios de Buen Gobierno Nacionales e Internacionales

Temas	Principios de buen gobierno	Disposición
1	LOEPS	g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas
2	COMF	5. El fortalecimiento de la confianza
3	COMF	6. La protección de los derechos ciudadanos
4	CSBB	7: Identificación, seguimiento y control de riesgos
5	ACI	5. Educación, Formación e Información
6	OCDE	V. Divulgación de Información y Transparencia
7	LOEPS	b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales
8	CSBB	6: Función de gestión del riesgo
9	CSBB	8: Comunicación de riesgos
10	OCDE	VI. Las Responsabilidades del Consejo de Administración
11	CSBB	1: Responsabilidades generales del Consejo
12	CSBB	4: Alta dirección
13	CSBB	2: Aptitudes y composición del Consejo
14	ACI	2. El control democrático de los miembros

Nota. Muestra la homologación de los 14 temas verificados en las páginas web de las 10 COACs del segmento 1 con los principios de buen gobierno constante en la regulación nacional y estándares internacionales. Fuente: ACI, OCDE, CSBB, COMF y LOEPS.

De la misma manera, considerando que las COACs tienen la obligatoriedad de cumplir con indicadores financieros, liquidez, capital y patrimonio; es decir, mantener índices de solvencia y prudencia financiera para el cumplimiento de sus obligaciones, que garanticen su sostenibilidad y permanencia; para el análisis de la administración integral de riesgos se han contemplado como subvariables siete indicadores financieros, que responden a las variables de morosidad, rentabilidad, intermediación, eficiencia y liquidez, respectivamente (ver *Tabla 7*).

Tabla 7

Variables y subvariables de solvencia y prudencia financiera boletín financiero de la SEPS

Variable		Subvariable	
1	Morosidad	1	Morosidad de la cartera total
2	Rentabilidad	2	Resultados del ejercicio / Patrimonio promedio
		3	Resultados del ejercicio / Activo promedio
3	Intermediación	4	Cartera bruta / (Depósitos a la vista + Depósitos a plazo)
4	Eficiencia	5	Margen de intermediación estimado / Patrimonio promedio
		6	Margen de intermediación estimado / Activo promedio
5	Liquidez	7	Fondos disponibles / Total depósitos a corto plazo

Nota. Muestra la relación de las cinco variables, y las siete subvariables, correspondientes a los indicadores financieros para evaluar la sostenibilidad y permanencia de las COACs. Fuente: SEPS.

Con lo anteriormente expuesto, se han obtenido los indicadores financieros de las 10 COACs del segmento 1, que se han tomado como muestra; información que deviene del boletín financiero del segmento 1 de la SEPS, estadísticas SFPS del portal estadístico SEPS, por lo que para la evaluación de los indicadores financieros se ha procedido a asignar un peso de 20% a cada variable. Considerando que se tienen cinco variables, para el caso de las subvariables se ha procedido a otorgarles una ponderación máxima de 100 por variable, distribuidas equitativamente entre el número de subvariables, y sobre la base de ello se ha procedido a contrastarlos con el óptimo definido para cada uno de los indicadores financieros, de las COACs del segmento 1, en un período de cuatro meses, obteniendo un puntaje para cada uno de los meses, tomando el puntaje promedio, como resultado a considerarse para cada COAC. Finalmente se aplicará una regla de tres simple, con la finalidad de conocer la relación con las siete variables de solvencia y prudencia financiera, como parte del análisis de la administración integral de riesgos (ver *Tabla 8* y *Tabla 9*).

Tabla 8

Peso de las Variables y Ponderación de las Subvariables de Solvencia y Prudencia Financiera

Peso	Variable	Ponderación	Subvariable
20%	Morosidad	100	Morosidad de la cartera total
20%	Rentabilidad	50	Resultados del ejercicio / Patrimonio promedio
		50	Resultados del ejercicio / Activo promedio
20%	Intermediación	100	Cartera bruta / (Depósitos a la vista + Depósitos a plazo)
20%	Eficiencia	50	Margen de intermediación estimado / Patrimonio promedio
		50	Margen de intermediación estimado / Activo promedio
20%	Liquidez	100	Fondos disponibles / Total depósitos a corto plazo

Nota. Muestra el peso de las cinco variables y la ponderación de las siete subvariables, correspondientes a los indicadores financieros para evaluar la sostenibilidad y permanencia de las COACs. Fuente: Autor.

Tabla 9

Puntaje de los Indicadores Financieros de las 10 COACs SFPS Segmento 1

Ranking SFPS	COACs	Puntaje				Puntaje Promedio
		Junio	Julio	Agosto	Septiembre	
Cinco primeros lugares	COAC 1	50	50	50	50	50
	COAC 2	60	60	60	60	60
	COAC 3	60	60	60	60	60
	COAC 4	60	60	60	60	60
	COAC 5	60	80	80	80	75
Cinco últimos lugares	COAC 6	40	20	20	20	25
	COAC 7	40	60	40	60	50
	COAC 8	20	20	20	20	20
	COAC 9	60	40	40	40	45
	COAC 10	20	40	40	40	35

Nota. Muestra los puntajes obtenidos por las 10 COACs del segmento 1, en relación a los indicadores financieros, en un período de cuatro meses. Fuente: Autor. Elaboración: Autor.

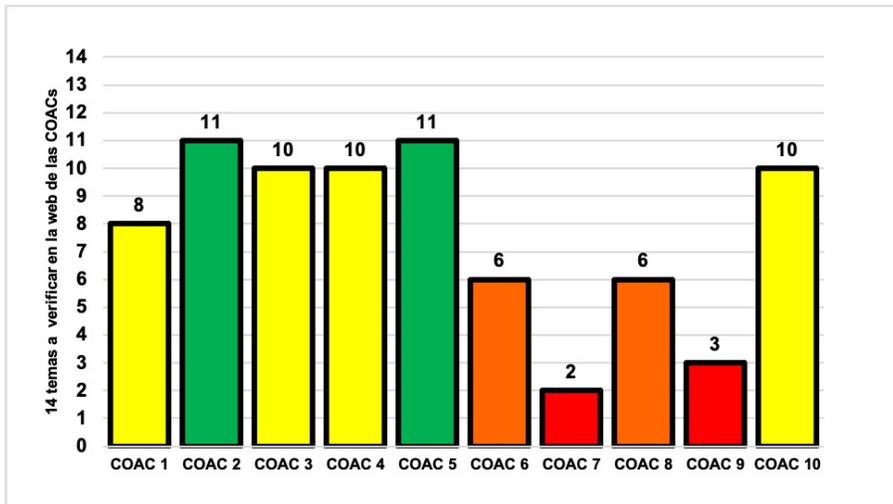
Cabe indicar que tanto la evaluación del buen gobierno cooperativo, como la evaluación de la administración integral de riesgos, se registran mediante la técnica de semaforización en una escala de cuatro de colores, que a través de un gráfico de barras permite visualizar el nivel cumplimiento, y el nivel de riesgo financiero de las COACs, datos que al ser contrastados mediante un gráfico radial y un gráfico de tendencia, en una escala de 1 al 4, y una escala de cuatro de colores, en la que el 1 es rojo, el 2 es tomate, el 3 es amarillo, y el 4 es verde, se constata la incidencia del buen gobierno cooperativo en la administración integral de riesgos, como parte de la generación de un sistema de control interno, que beneficia a los socios, y garantiza, que el Consejo de Administración, el Consejo de Vigilancia, y la Gerencia General están adoptando una adecuada toma de decisiones, cumpliendo con las funciones y atribuciones que les han sido encomendadas por parte de la Asamblea General de Socios o de Representantes.

Resultados

La evaluación del buen gobierno cooperativo se registra mediante la técnica de semaforización en una escala de cuatro de colores (como se puede ver en la *Figura 1*), que permite visualizar el nivel cumplimiento de las COACs, confirmando la perspectiva de la racionalidad acotada o racionalidad limitada.

Figura 1

Cumplimiento de Rendición de Cuentas Respecto de su Gestión Registrada en la Página Web

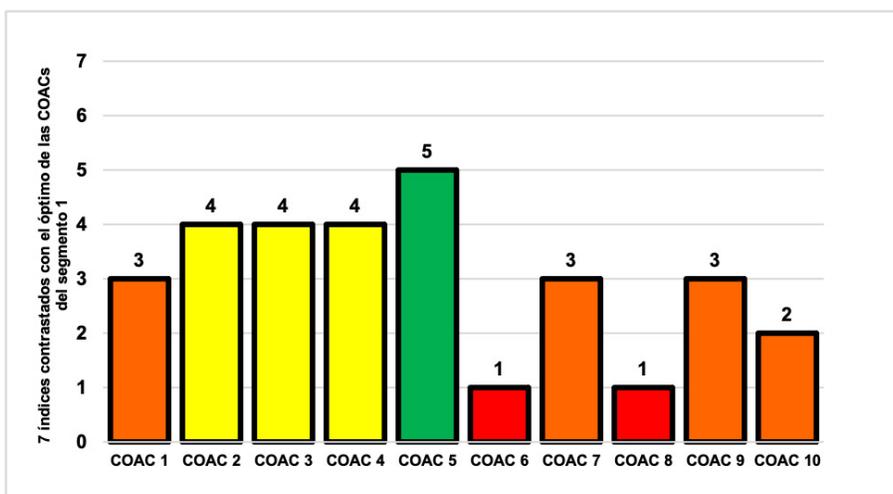


Nota. Muestra el cumplimiento de la rendición de cuentas respecto de su gestión, con base en la información registrada en la página web de las 10 COACs del segmento 1. Fuente: páginas web de las 10 COACs del segmento 1.

De igual manera, la evaluación de la administración integral de riesgos se registra mediante la técnica de semaforización en una escala de cuatro de colores (ver *Figura 2*), que permite visualizar el nivel de riesgo financiero de las COACs, lo cual es concordante con la irracionalidad en la toma de decisiones.

Figura 2

Riesgo Financiero en Relación a la Morosidad, Rentabilidad, Intermediación, Eficiencia y Liquidez

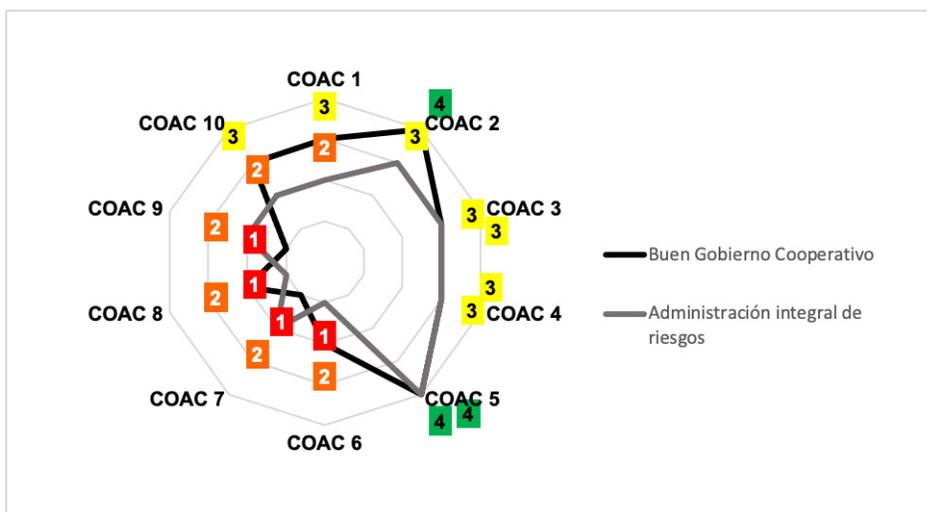


Nota. Muestra el riesgo financiero de las 10 COACs del segmento 1, con base en la información registrada en la página web de la SEPS. Fuente: página web de la SEPS.

Con los resultados obtenidos en la evaluación de buen gobierno cooperativo y la evaluación de la administración integral de riesgos se ha efectuado un contraste mediante un gráfico radial y un gráfico de tendencia, en una escala de 1 al 4 y una escala de cuatro de colores, en la que el 1 es rojo, el 2 es tomate, el 3 es amarillo, y el 4 es verde, por lo que, aquellas COACs que presentan un mayor cumplimiento en cuanto a su situación administrativa, registran una mejor situación financiera, con lo que se corrobora la teoría de las finanzas conductuales, en la que el buen gobierno cooperativo incide en la administración integral de riesgos, y viceversa, evidenciando así, si el Consejo de Administración, el Consejo de Vigilancia y la Gerencia General, están cumpliendo con las funciones y atribuciones que les han sido encomendadas por parte de la Asamblea General de Socios o de Representantes (ver *Figura 3* y *Figura 4*).

Figura 3

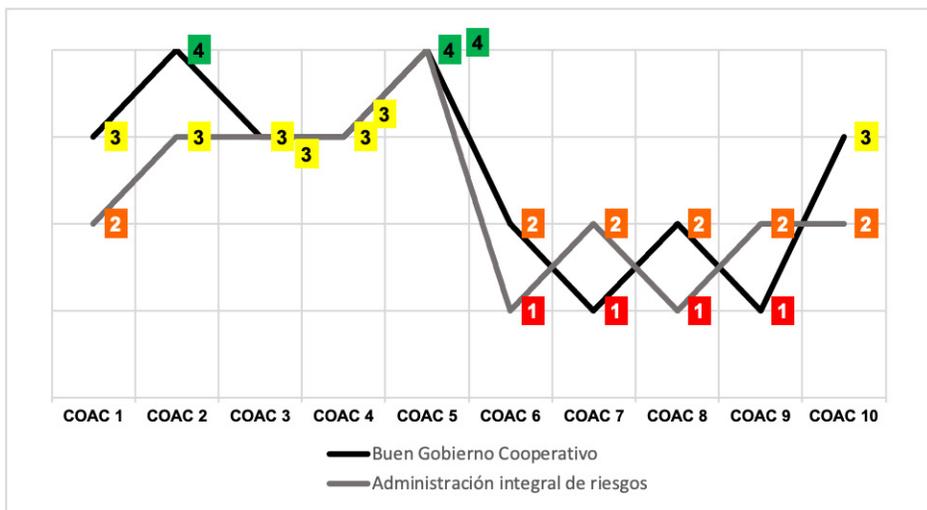
Representación Radial de la Incidencia del Buen Gobierno Cooperativo en la Administración Integral de Riesgos



Nota. Muestra la correlación del buen gobierno cooperativo y la administración integral de riesgos a través de un gráfico radial. Fuente: páginas web de las 10 COACs del segmento 1 y página web de la SEPS.

Figura 4

Representación de Tendencia de la Incidencia del buen Gobierno Cooperativo en la Administración Integral de Riesgos



Nota. Muestra la correlación del buen gobierno cooperativo y la administración integral de riesgos a través de un gráfico de tendencia. Fuente: Páginas web de las 10 COACs del segmento 1 y página web de la SEPS.

Conclusiones

De lo anteriormente expuesto se puede relevar que la EPS es una alternativa frente a la economía capitalista tradicional, ya que la EPS está inmersa en fomentar la creación de empleo, el consumo responsable y la inclusión social, que directamente se relacionan en alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Consecuentemente, la EPS es un modelo económico que enfatiza el constructo social de privilegiar al ser humano por sobre el capital, a través de la solidaridad, la cooperación y la reciprocidad, por lo que el SFPS se cimienta en estos principios y valores.

Asimismo, es importante destacar que en el SFPS existen las suficientes regulaciones nacionales, emitidas por la Junta Política y Regulación Financiera (JPRF), las mismas que son congruentes con estándares internacionales, y son concomitantes con las disposiciones emanadas por la SEPS, para el fortalecimiento de las COACs. De ahí que, con base en ellas, se puede colegir que para la existencia de un buen gobierno cooperativo resulta indispensable la implementación de la administración integral de riesgos en las COACs.

En consecuencia, se ha podido evidenciar que las COACs que presentan un mayor cumplimiento, en cuanto a su situación administrativa, es decir un buen gobierno cooperativo, registran una mejor administración integral de riesgos, la cual se ve reflejada en la situación financiera que registran, lo opuesto de aquellas que no mantienen un buen gobierno cooperativo, situación que corrobora,

la teoría de las finanzas conductuales, en la que la irracionalidad de las decisiones amparadas exclusivamente en un nivel de apreciación, determinan las consecuencias.

De la misma manera, se ha concluido que la adecuada toma de decisiones para un buen gobierno cooperativo en las COACs, se basa en cuan oportuna, veraz y transparente es la información, con lo que se reafirma la perspectiva de la racionalidad acotada o racionalidad limitada, prefiriendo no profundizar en el análisis, o desestimando información que puede ser valiosa, como se puede evidenciar en los resultados de la COAC 6, COAC 7, COAC 8, y COAC 9.

Por consiguiente, en la investigación queda expuesta la ética, moral y transparencia del Consejo de Administración, Consejo de Vigilancia, y la Gerencia General, de las 10 COACs del segmento 1, que han sido analizadas, ya que el ocultar u omitir informar acerca de la situación financiera, vulnera los derechos de los socios y el público en general, debilitando la confianza en el sistema financiero, y consecuentemente, la protección de los derechos ciudadanos, lo cual desfavorece el proceso de constitución de un sistema económico social y solidario, que como lo expresa la CRE (2008) los seres humanos son el fin; y por tanto requieren rendición de cuentas, como parte de un sistema de control interno (COMF, 2014).

Como lo afirma Naranjo (2014) la información es oportuna cuando se la proporciona de manera permanente; en tanto que la información veraz es demostrable en cualquier momento, se sustenta en documentos de respaldo y es transparente, reflejando la realidad de las COACs, sin maquillajes de balances, ni ocultamiento de pérdidas en los estados financieros, por temor a la reacción de los socios, mientras que la información completa no deberá ser dada por partes o solo referida a lo positivo, ocultando los aspectos negativos de las COACs, engañando así a los socios.

Finalmente, es pertinente manifestar que la concienciación es el pilar fundamental para un buen gobierno cooperativo, lo que redundará en la implementación de la administración integral de riesgos en las COACs, razón por la cual el Consejo de Administración, el Consejo de Vigilancia, y la Gerencia General deberán encontrarse debidamente capacitados en gestión integral de riesgos, para la adopción de una cultura de riesgos, que garantice un buen gobierno cooperativo, a fin de que todos los niveles desarrollen un pensamiento basado en riesgos, que contribuya a la consolidación de un sistema de control interno, con carácter preventivo en condiciones de incertidumbre, en el que se consideren alertas tempranas que minimicen la ocurrencia de eventos de riesgo, mejorando la percepción y confianza en el SFPS.

Referencias

- Alianza Cooperativa Internacional. (1995). *Identidad cooperativa: nuestros principios y valores*. <https://www.ica.coop/es/cooperativas/identidad-alianza-cooperativa-internacional>.
- Altamirano, W. (2018). *El Gobierno Corporativo y el Rendimiento Empresarial, Modelo para las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Ecuador* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional de la Plata]. <https://doi.org/10.35537/10915/75094>
- Altamirano, W. (2019). La Arquitectura de Control en el Gobierno Corporativo de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador. *Economía y Negocios*, 10(1), 50-62. <https://doi.org/10.29019/eyn.v10i1.535>
- Altamirano, W., Pazmiño, H., Espinosa, P., y Cerda, N. (2016). Análisis del Gobierno Corporativo en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador. *Economía y Negocios*, 7(2), 13-24. <https://doi.org/10.29019/eyn.v7i2.170>
- Arregui, R. (2017). *Supervisión Basada en Riesgos para las Cooperativas de Ahorro y Crédito*. (1ª ed.). Universidad Espíritu Santo. <http://repositorio.coomeva.com.co/handle/coomeva/2103>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador. Decreto Legislativo 0*. Registro Oficial 449.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria*. Registro Oficial 444. 28 de abril de 2011.
- Código Orgánico Monetario y Financiero. (2014) Ley s/nº. 12 de septiembre de 2014.
- Comité de Supervisión Bancaria de Basilea. (2006). *La mejora del gobierno corporativo en organizaciones bancarias*. Banco de Pagos Internacionales.
- Comité de Supervisión Bancaria de Basilea. (2015). *Orientaciones. Principios de gobierno corporativo para bancos*. Banco de Pagos Internacionales.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª ed.). McGraw-Hill L / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Junta de Regulación Monetaria Financiera. (2017). *Codificación de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros Libro I: Sistema Monetario y Financiero*. Edición Especial 44.
- Naranjo, C. (2014). Apuntes sobre el Buen Gobierno Cooperativo. En P. Guerra, H. Jácome Estrella, J. R. Páez Pareja, M. J. Ruiz, S. Egúez, M. Mariño, C. Alonso Naranjo y G. Flores (Eds.), *Serie Estudios sobre Eco-*

nomía Popular y Solidaria: Contextos de la “Otra Economía” (pp. 83-102). Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

OCDE. (2016). *Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20*. Éditions OCDE. <https://doi.org/10.1787/9789264259171-es>

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (1 de diciembre de 2021). *Resolución N° SRPS-IGT-IGS-IGJ-INSESF-INGINT-2021-019*. Registro Oficial 615.

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2022a). *Portal Interactivo DATA SEPS*. <https://data.seps.gob.ec/#/dashboards/home>

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2022b). *Portal Estadístico SEPS*. <https://estadisticas.seps.gob.ec/index.php/estadisticas-sfps/>

Copyright (2024) © Edison Fernando Simbaña Benalcázar



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)



NORMAS DE PUBLICACIÓN REVISTA ERUDITUS

La **REVISTA ERUDITUS** es una publicación científica de la Universidad Tecnológica Israel, cuya difusión es trianual: febrero, junio y octubre. Está especializada en Ciencias Administrativas, Económicas y disciplinas afines, con énfasis en la Administración Empresarial y Pública, la Gestión Contable y Financiera y el Turismo Sostenible.

Está orientada a la publicación de artículos de carácter científico, de reflexión y de revisión relacionados con estudios e investigaciones sobre teorías, metodologías y aplicaciones en estas áreas.

La revista acepta trabajos tanto en español como en inglés a fin de facilitar su proyección internacional. Es de acceso abierto y gratuito, e incluye artículos originales de investigación, ensayos y reseñas.

Es importante acotar que las evaluaciones se hacen con pares a doble ciego para garantizar la objetividad y la calidad de las publicaciones.

1. ALCANCE Y POLÍTICA

Las aportaciones tienen que ser originales y no haber sido publicados previamente o estar en proceso de revisión de otro medio.

Estas pueden ser mediante:

- **Artículos:** trabajos de naturaleza teórica y empírica con una extensión de entre 12 y 16 páginas, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.

La estructura a seguir es la siguiente: título, autor (es), institución, correo electrónico de cada autor, código Orcid (<https://orcid.org/>), resumen, palabras clave, abstract (no se aceptarán traducciones provenientes de traductores automáticos), keywords, introducción, metodología, resultados, conclusiones y referencias bibliográficas.

- **Ensayos:** son revisiones exhaustivas del estado de la cuestión de un tema de investigación reciente y actual justificado mediante la búsqueda sistemática de autores que traten sobre esa problemática. Para esta sección se aceptan trabajos con un máximo de entre 12 y 16 páginas, incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.

La estructura a seguir es la siguiente: título, autor (es), institución, correo electrónico de cada autor, código Orcid (<https://orcid.org/>), resumen, palabras clave, abstract (no se

aceptarán traducciones provenientes de traductores automáticos), keywords, introducción, desarrollo, debate/discusión/conclusiones y referencias bibliográficas.

- **Reseñas:** consiste en la valoración crítica de un autor, un libro u obra artística en la que se realice una evaluación o crítica constructiva. Tiene una extensión de máximo 12 páginas incluyendo título, resúmenes, descriptores, tablas y referencias.

La estructura a seguir es la siguiente: título, autor (es), correo electrónico de cada autor, código Orcid (<https://orcid.org/>), resumen, palabras clave, abstract (no se aceptarán traducciones provenientes de traductores automáticos debido a su baja calidad), keywords, introducción, desarrollo, debate/discusión/conclusiones y referencias bibliográficas.

2. PROCESO EDITORIAL

Se informa a los autores que los trabajos que se publicaran deben respetar el formato de la plantilla establecida y ser enviados exclusivamente por el OJS (Open Journal System): <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re>, por esa vía se manejará el proceso de estimación/desestimación y de aceptación/rechazo, así como en caso de aceptación, el proceso de revisión.

En el período máximo de 30 días, a partir de la recepción de cada trabajo, los autores recibirán una notificación. En caso de que el manuscrito presente deficiencias formales o no se incluya en el focus temático de la publicación, el Editor principal o Director Científico desestimarán formal o temáticamente el trabajo sin opción de reclamo por parte del autor. Por el contrario, si presenta carencias formales superficiales, se devolverá al autor para su corrección antes del inicio del proceso de evaluación. Para ello se establecen las siguientes categorías: **aceptado, aceptado con cambios menores, aceptado con cambios mayores, rechazado.**

Se solicita a los autores que una vez recibida la resolución por parte del Editor de la Revista o del Director Científico envíen el documento corregido en no más de 30 días para una segunda revisión, salvo a aquellos autores a quienes se ha notificado su documento como rechazado.

Los manuscritos serán evaluados científicamente, de forma anónima por pares expertos en la temática, con el fin de garantizar la objetividad e independencia de la Revista.

Los criterios de valoración para la aceptación/rechazo de los trabajos por parte del Consejo Editor son los siguientes:

- Actualidad y novedad.
- Relevancia y significación: avance del conocimiento científico.
- Originalidad.
- Fiabilidad y validez científica: calidad metodológica contrastada.
- Organización (coherencia lógica y presentación formal).
- Coautorías y grado de internacionalización de la propuesta y del equipo.



g. Presentación: buena redacción.

3. PRESENTACIÓN Y ESTRUCTURA DE ORIGINALES

Los trabajos se presentarán en tipo de letra Times New Roman 12, interlineado simple, con alineación a la izquierda y sin tabuladores ni retornos de carros entre párrafos. Solo se separan con un retorno los grandes bloques (autor, título, resúmenes, descriptores, créditos y epígrafes). Los trabajos se presentan en Word para PC. Las normas de citas y bibliografía se basan en APA 7ma edición.

A continuación, se detalla en profundidad como debe desarrollarse el texto académico:

- Nombres y apellidos completos de cada uno de los autores (máximo 4) por orden de prelación, el número de escritores deberá estar justificado por el tema, su complejidad y extensión. Junto a los nombres ha de seguir la institución, correo electrónico de cada autor y código ORCID.
- Resumen en español con un máximo de 200 palabras, donde se describirá de forma concisa el motivo y el objetivo de la investigación, la metodología empleada, los resultados más destacados y principales conclusiones, con la siguiente estructura: justificación del tema, objetivos, metodología del estudio, resultados y conclusiones. Ha de estar escrito de manera impersonal en tercera persona: “El presente trabajo se analizó...”.
- Abstract en inglés con un máximo de 200 palabras. Para su elaboración, al igual que para el título y los keywords, no se admite el empleo de traductores automáticos. Los revisores analizan también este factor al valorar el trabajo
- De 4-6 palabras clave en español/ 4-6 keywords en inglés.
- Introducción: debe incluir los fundamentos y el propósito del estudio, utilizando citas bibliográficas, así como la revisión de la literatura más significativa proveniente de fuentes válidas y de calidad académica.
- Metodología: Será presentado con la precisión que sea conveniente para que el lector comprenda y confirme el desarrollo de la investigación. Se describirá el enfoque metodológico adoptado, la población y muestra, así como las técnicas seleccionadas.
- Resultados: se realizará una exposición de la información recabada durante el proceso de investigación. En caso de ser necesario los resultados se expondrán en figuras o/y tablas (**Ver plantilla de estilo**)
- Conclusiones: resumirá los hallazgos, relacionando las propias observaciones con otros estudios de interés, señalando aportaciones y limitaciones sin reiterar datos ya comentados en otros apartados.
- Referencias bibliográficas: Las citas bibliográficas deben reseñarse en forma de referencias al texto. No debe incluirse bibliografía no citada en el texto. El número de referencias bibliográficas deben ser como mínimo 12 y máximo 20, cantidad necesaria para contextualizar el marco teórico, la metodología usada y los resultados de investigación. Se

presentarán alfabéticamente por el apellido primero del autor (agregando el segundo solo en caso de que el primero sea de uso muy común, y unido con guion). Debe usarse la norma APA 7ma edición.

- Apoyo financiero (opcional): El Council Science Editors recomienda a los autor/es especificar la fuente de financiación de la investigación. Se considerarán prioritarios los trabajos con aval de proyectos competitivos nacionales e internacionales. En todo caso, para la valoración científica del manuscrito, este debe ir anonimizado con XXXX solo para su evaluación inicial, a fin de no identificar autores y equipos de investigación, que deben ser explicitados posteriormente en el manuscrito final.

4. DERECHOS DE AUTOR

Los autores que participen de los procesos de evaluación y publicación de sus ediciones conservan sus derechos de autor, cediendo a la revista el derecho a la primera publicación, tal como establecen las condiciones de reconocimiento en la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional \(CC BY\)](#), donde los autores autorizan el libre acceso a sus obras, permitiendo que los lectores copien, distribuyan y transmitan por diversos medios, garantizando una amplia difusión del conocimiento científico publicado.

5. LISTA DE COMPROBACIÓN PARA ENVÍOS

Los investigadores deberán llenar en el OJS la lista de comprobación para envíos. En caso de que no cumpla uno de los requisitos, el autor no podrá subir el archivo. Por ello es necesario que se revisen los siguientes parámetros antes de enviar el documento.

- El envío no ha sido publicado previamente ni se ha sometido a consideración por ninguna otra revista (o se ha proporcionado una explicación al respecto en los comentarios al editor/a).
- El archivo de envío está en formato Microsoft Word.
- Siempre que sea posible, se proporcionan direcciones URL para las referencias.
- El texto alineado a la izquierda con tiene interlineado sencillo; letra Times New Roman, 12 puntos de tamaño de fuente.
- Si se envía a una sección evaluada por pares de la revista, deben seguirse las instrucciones en asegurar una evaluación anónima.

6. PRÁCTICAS DESHONESTAS: PLAGIO Y FRAUDE CIENTÍFICO

En el caso de que haya algún tipo de infracción contra los derechos de la propiedad intelectual, las acciones y procedimientos que se deriven de esa situación serán responsabilidad de los autores/as. En tal sentido, cabe mencionar las siguientes infracciones graves:

- Plagio: consiste en copiar ideas u obras de otros y presentarlas como propias, como por ejemplo el adoptar palabras o ideas de otros autores sin el debido reconocimiento, no



emplear las comillas en una cita literal, dar información errónea sobre la verdadera fuente de la cita, el parafraseo de una fuente sin mencionarla, el parafraseo abusivo, incluso si se menciona la fuente.

- Fraude científico: consiste en la elaboración, falsificación u omisión de información, datos, así como la publicación duplicada de una misma obra y los conflictos de autoría. CITACIÓN Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS el sistema de citación y referencias bibliográficas se ajustarán a las American Psychological Association (Normas APA, 7^a. edición).
- Se respetará de forma tácita el orden de los autores que figure en el documento original enviado.





UISRAEL - 2024

Francisco Pizarro E4-142 y Marieta de Veintimilla

Teléfono: (593) 2 255-5741

reruditus@uisrael.edu.ec

Quito - Ecuador