



REVISTA

ECONOMÍA

Y POLÍTICA

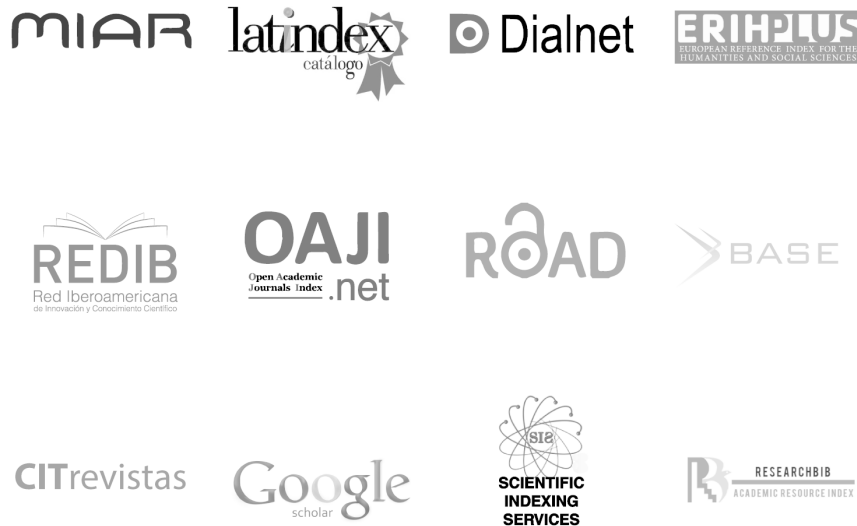
27

Año XIV
enero/junio 2017

pISSN No. 2477 - 9075
eISSN No. 1390 - 7921

REVISTA CIENTÍFICA INTERNACIONAL INDEXADA

Indexaciones principales:



Editado por:	Revista Economía y Política de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca
Revista digital:	revistaeconomaiypolitica.ucuenca.edu.ec (Español)
Revista impresa:	300 ejemplares
Administración:	revistaeconomaiypolitica@ucuenca.edu.ec
Dirección:	Av. 12 de abril y Agustín Cueva, Ciudadela Universitaria
País editor:	Ecuador
Ciudad:	Cuenca
Código Postal:	010201
Teléfono:	(593 7) 405 1000 Ext: 2261

© REVISTA ECONOMÍA Y POLÍTICA es una publicación científica que se edita de forma semestral (dos veces al año) y se publica en enero y julio. La revista se encuentra publicada bajo la modalidad OPEN ACCESS como aporte a la comunidad científica nacional e internacional.



► **Autoridades**

Ing. Pablo Vanegas P., Ph.D.	Rector
Lcda. Catalina León P., Ph.D.	Vicerrectora

► **Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

Econ. Rodrigo Mendieta M., Ph.D.	Decano
Econ. Lucía Domínguez V., MBA.	Subdecana

► **Revista Economía y Política**

Equipo Editorial	
Econ. Santiago E. Pozo Rodríguez, MSc.	Director
Lcda. Sofía Calle Pesántez	Editora Digital

► **Comité Editorial - Revista Economía y Política**

Rodrigo Mendieta, Ph.D.	Coordinador del Grupo de Investigación de Economía Regional
Dolores Sucozhañay Calle, Ph.D.	Docente – Investigadora
Diego Roldán Monsalve, Ph.D.	Docente – Investigador
Mercy Orellana Bravo, MSc.	Docente - Investigador
Juan Sarmiento Jara, MSc.	Director Carrera de Economía
Patricio Cárdenas Jaramillo, MSc.	Docente – Investigador
Juan Cordero López, Mgt.	Director Carrera de Ingeniería Empresarial

► **Comité Científico - Revista Economía y Política**

Antonio Ruiz Porras, Ph.D.	Universidad de Guadalajara (México)
Tomás Villazante, Ph.D.	Universidad Complutense de Madrid (España)
Nicola Pontarollo, Ph.D.	European Commission (Italia)
Rony Correa, Ph.D.	Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)
Pedro Romero, Ph.D.	Universidad San Francisco de Quito (Ecuador)
Alexandra Espinoza, Ph.D.	Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
José Masson-Guerra, Ph.D.	Universidad Autónoma de Barcelona (España)
María Luisa Saavedra, Ph.D.	Universidad Nacional Autónoma de México (México)
Katina Bermeo, Ph.D.	Universidad Católica de Cuenca (Ecuador)



Política Editorial

Economía y Política es una revista científica de la Universidad de Cuenca, que tiene como propósito ofrecer un espacio académico para la publicación de trabajos de carácter investigativo en las áreas de Economía, Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, Marketing y Sociología.

La revista publica artículos de creación original de manera semestral, correspondientes a trabajos de investigación en español, inglés y portugués, que no se encuentren en proceso de evaluación por otras revistas científicas, ya sean impresas o electrónicas.

Se publica en Economía y Política: estudios empíricos, artículos metodológicos, estudios de caso y revisiones del estado del arte.

Normas de publicación

Economía y Política es una revista científica arbitrada que utiliza el sistema de revisión externa por pares ciegos, conforme a las normas de publicación APA (American Psychological Association), para lograr su indexación en las principales bases de datos internacionales.

Cada número publicado de la Revista Economía y Política se edita en doble versión: impresa (ISSN No. 1390-7921) y electrónica (ISSN-L No. 2477-9075); los artículos de cada edición son identificados con su respectivo código DOI (Digital Object Identifier System).

Temática: Economía y Política admite, revisa y publica trabajos de carácter investigativo en las áreas de Economía, Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, Marketing y Sociología.

Estructura: Los manuscritos deberán respetar los siguientes apartados, especialmente en los trabajos de investigación: Introducción, marco teórico, métodos, resultados, discusión/conclusiones y referencias.

Proceso Editorial: La Revista Economía y Política, confirma la recepción de los trabajos enviados por los autores/as mediante la plataforma OJS (Open Journal System) así como, mantiene contacto con los autores durante todo el proceso de revisión y posible publicación del artículo científico.

El proceso editorial se cumple siguiendo las siguientes etapas: recepción del artículo mediante la plataforma OJS, análisis anti plagio mediante la plataforma URKUND, asignación de un revisor (miembro del Comité Editorial Interno) para evaluar el material mediante el filtro de pertinencia, solicitud de cambios a autores (si existen), asignación de revisores bajo la modalidad de pares ciegos para evaluar el material mediante el filtro de análisis científico, solicitud de cambios (si existe), maquetación y publicación del artículo científico.

Derechos de autor: La Revista declina cualquier responsabilidad sobre posibles conflictos derivados de la autoría de los trabajos que se publican en la misma.

Los originales de la revista Economía y Política, publicados en papel y en versión electrónica, son propiedad de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, siendo necesario citar la procedencia en cualquier reproducción parcial o total.

Salvo indicación contraria, todos los contenidos de la edición electrónica se distribuyen bajo una licencia de uso y distribución Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

La opinión de los autores no representa la posición del Comité Editorial ni de la Facultad de ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca.

Política Open Access: El acceso a los contenidos de la publicación es gratuito y se autoriza la reproducción parcial o total de sus artículos citando la fuente.

Presentación

La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas tiene el agrado de presentar la edición número 27 de la Revista Economía y Política, que recoge, en esta edición, temas de actualidad en el ámbito del marketing, la administración y de contabilidad, y que muestran el esfuerzo de los autores por presentar trabajos de alta calidad académica-científica.

Pablo González Loyola y Carlos Cañizares Alvarado en su artículo titulado “Las redes sociales como factor de decisión: Millennials frente a la generación X” analizan el protagonismo de estos dos grupos generacionales, que representan hoy en día, la mayor cantidad del mercado de consumo. A través de una investigación descriptiva y de corte transversal simple, demuestran que el principal factor por el que estas generaciones eligen lugares de interacción social como restaurantes, es diferente. Se descubre que una generación elige un restaurante por los comentarios en redes sociales y que otra generación lo hace por publicidad boca-oído que usan de forma distinta una misma red social y cómo el impacto de las redes sociales influye en su comportamiento social, comercial y de consumo.

En el trabajo de Carla Ojeda Zambrano, Jairo Gutiérrez Burbano y Luis Córdova Ballesteros titulado “Diagnóstico de la formalización administrativa de las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor en Quito” se analiza la manera en que se encuentran declarados y evidenciados los procesos organizacionales en dichas empresas. Luego de aplicar la metodología a 58 gerentes de empresas medianas se obtuvo que el promedio general de formalización asciende a 81,72% correspondiente a la escala óptima, lo que indica que, si bien existen aspectos internos débiles, en términos generales sus procesos son estables, además de que no existe relación entre su tiempo en el mercado y su nivel de formalización.

John Escobar Gómez en su artículo “Incidencias del proceso de paz en el mercado accionario de la bolsa de valores de Colombia, periodo 2012-2016” a partir de un enfoque mixto, identifica los eventos más relevantes en relación con las fluctuaciones del mercado accionario de la Bolsa de Valores de Colombia. Entre los hallazgos más importantes se destaca la variación bajista en la gran mayoría de las empresas que listaron el día después del plebiscito y el día de la firma del acuerdo de paz, en especial algunas empresas del sector bancario.

En el cuarto artículo titulado “El desmantelamiento de propiedades, planta y equipo: Caso de análisis del Sistema Eléctrico del Cantón La Troncal de propiedad de la CNEL EP Regional Milagro y de la CENTROSUR C.A.” de Gladys Fernández Avilés se discute la aplicación de las NIC 16 y 37, respecto al tratamiento del desmantelamiento de Propiedades, Planta y Equipo en el sistema eléctrico del Cantón la Troncal, a través de una propuesta metodológica, para su incorporación en los registros contables y preparación de estados financieros acordes a la normativa vigente, que permitan tomar decisiones oportunas.

Finalmente, Gustavo Daniel Abdelnur en su artículo titulado “Nuevo dictamen de auditoría. Una respuesta al nuevo contexto o a limitaciones al modelo de cumplimiento” analiza los cambios en el informe del auditor. El autor evidencia que, el resultado de este cambio, ha sido un mejorado informe que proporciona más transparencia sobre aspectos clave de auditoría y que describe, de mejor forma, lo que una auditoría es y lo que un auditor debe hacer.

Esta publicación es un esfuerzo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, para seguir fortaleciendo uno de los pilares estratégicos de la Universidad de Cuenca, como lo es la difusión de investigación científica. No se debe olvidar también, el valioso rol del Comité Editorial de la revista y de los pares evaluadores externos que revisaron los manuscritos, razón por la cual agradecemos su valiosa colaboración.

Santiago E. Pozo Rodríguez
Director de la Revista

ÍNDICE

9

ARTÍCULO N° 1

Pablo A. González Loyola

LAS REDES SOCIALES COMO FACTOR DE DECISIÓN: MILLENNIALS FRENTE A LA GENERACIÓN X

SOCIAL MEDIA LIKE DECISION FACTOR: MILLENNIALS VERSUS X GENERATION.

31

ARTÍCULO N° 2

Carla D. Ojeda Zambrano, Jairo A. Gutiérrez Burbano

DIAGNÓSTICO DE LA FORMALIZACIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS EMPRESAS MEDIANAS DEDICADAS AL COMERCIO AL POR MENOR EN QUITO

ANALYSIS OF THE ADMINISTRATIVE FORMALIZATION OF MEDIUM-SIZED COMPANIES DEDICATED TO RETAIL TRADE IN QUITO

52

ARTÍCULO N° 3

John F. Escobar Gómez

INCIDENCIAS DEL PROCESO DE PAZ EN EL MERCADO ACCIONARIO DE LA BOLSA DE VALORES DE COLOMBIA PERIODO 2012 - 2016

PEACE PROCESS INCIDENTS IN THE STOCK MARKET OF COLOMBIAN STOCK EXCHANGE PERIOD 2012 - 2016

67

ARTÍCULO N° 4

Gladys Victoria Fernández Avilés

EL DESMANTELAMIENTO DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO: CASO DE ANÁLISIS DEL SISTEMA ELÉCTRICO DEL CANTÓN LA TRONCAL DE PROPIEDAD DE LA CNEL EP REGIONAL MILAGRO Y DE LA CENTROSUR C.A.

DISMANTLING OF PROPERTY, PLANT AND EQUIPMENT IN THE ELECTRICAL SYSTEM ON TRONCAL CITY (ECUADOR), PROPERTY OF "CNEL EP REGIONAL MILAGRO AND CENTROSUR C.A"

87

ARTICULO N° 5

Gustavo Daniel Abdelnur

NUEVO DICTAMEN DE AUDITORÍA, UNA RESPUESTA AL NUEVO CONTEXTO O A LIMITACIONES AL MODELO DE CUMPLIMIENTO

NUEVO DICTAMEN DE AUDITORÍA, UNA RESPUESTA AL NUEVO CONTEXTO O A LIMITACIONES AL MODELO DE CUMPLIMIENTO

LAS REDES SOCIALES COMO FACTOR DE DECISIÓN: MILLENNIALS FRENTE A LA GENERACIÓN X

SOCIAL MEDIA LIKE DECISION FACTOR: MILLENNIALS VERSUS X GENERATION.



Pablo A. González Loyola¹

(pablo.gonzales@ucuenca.edu.ec)

Carlos A. Cañizares Alvarado²

(alberto.canizares92@gmail.com)

Gustavo A. Patiño Mosquera²

(gustavoandrespatino9@gmail.com)

Resumen

La importancia del desarrollo de las TIC ha marcado un cambio en los comportamientos de elección de compra de las personas. En distintos artículos, publicaciones y fuentes de información con enfoque social, de mercadotecnia, empresarial o cultural, hoy se habla de los Millennials, considerada la generación de mayor protagonismo en la sociedad actual. Sin embargo, antes que estos, se encuentran los conocidos como la Generación X.

Estos dos grupos generacionales, hoy, representan la mayor cantidad del mercado de consumo en la mayoría de sociedades. A través de una investigación concluyente, descriptiva y de corte trasversal simple que permite la comprobación de dos hipótesis planteadas, el presente trabajo demuestra que el principal factor por el que estas generaciones eligen lugares de interacción social como restaurantes, es diferente. Se descubre que una generación elige un restaurante por los comentarios en redes sociales y que otra generación lo hace por publicidad boca-oído que usan de forma distinta una misma red social y cómo el impacto de las redes sociales influye en su comportamiento social, comercial y de consumo.

Palabras Clave: Comportamiento, Consumo, Generación X, Influencia, Millennials, Redes sociales.

Abstract

The importance of ICT development has marked a change on consumer purchasing behavior. Different articles, publications and information sources, with a social, mercadotecnia, business or cultural focus, today analyses Millennials, which are considered the most important generation in today's society. However, before them there is the X Generation. These two generational groups today represent the biggest quantity of market consumers in most societies. Through conclusive, descriptive and simple cross-section research, which allowed the affirmation of two hypotheses, the present document demonstrates that the main factor by which these generations choose places of social interaction such as restaurants is different. It is discovered that one generation chooses a restaurant because of social media comments and that the other one does it because of word of mouth, that they use the same social media in a different way and how its impact influences their social, commercial and consumption behavior.

Keywords: Behavior, Consumption, Influence, Millennials, Social Media, X Generation.

Código JEL: M3 Mercadotecnia and advertising, M31 Mercadotecnia

Código DOI: 10.25097/rep.n27.2018.01

¹ Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Ecuador, <https://orcid.org/0000-0003-4537-5685>.

² Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Ecuador

1. Introducción

El vertiginoso desarrollo de la informática y de la tecnología en torno a la misma, principalmente en lo relacionado con las múltiples formas de comunicación que se han desarrollado a partir de la masificación del Internet y de las redes sociales, genera cambios en las sociedades de todo el planeta que, debido a la celeridad con la que se suscitan, en algunos casos, no han sido analizados a profundidad.

La presente investigación aborda un aspecto bastante coyuntural y limitado en cuanto al ámbito que abarca (Cuenca del Ecuador) y permitirá definir cuál es la incidencia de los comentarios en redes sociales, en la decisión de estratos poblacionales conformados por Millennials con estudios universitarios y personas de la Generación X, en la elección de restaurantes que aún no conocen.

El objetivo, en términos generales, es determinar hasta qué punto el fenómeno comunicacional que genera el uso de las diferentes redes sociales, puede tener incidencia en la decisión de una persona al elegir un restaurante que aún no conoce, según su generación.

Se considera el aspecto gastronómico porque, evidentemente, la alimentación y los gustos de las personas por determinadas variedades culinarias, son una parte esencial no solo de la cultura de una ciudad, sino también de su economía, ya que en torno a ella se proyectan y crean negocios que dinamizan la economía, porque mueven capitales y generan fuentes de empleo.

La selección de los segmentos poblacionales: Millennials con estudios universitarios y Generación X, se debe a que constituyen, un sector muy amplio de la población, específicamente representan juntos el 28 % de la población total del cantón Cuenca (142.575 personas aproximadamente) y son los que con mayor frecuencia concurren a restaurantes y, como es obvio, se interesan por conocer la variedad o especialidad, así como su calidad culinaria.

Se , para el presente estudio, a la ciudad de Cuenca porque es una urbe con un estrato poblacional bastante profuso de clase media y tiene como valor agregado el hecho de ser una ciudad patrimonial con un fuerte atractivo para el turismo nacional e internacional, específicamente un 13,1 % de los turistas internacionales visitó el Azuay, siendo un total de 204.416 visitantes (Guevara & Morales, 2016); ello ha incidido positivamente en el incremento de emprendimientos de todo tipo, entre los que están los relacionados con el arte culinario y la gastronomía que tienen una significativa importancia en el desarrollo económico de la Ciudad.

2. Revisión de literatura

Existe una variedad de definiciones de redes sociales, todas ellas dependen del ángulo con el cual se las mire, sin embargo, entre los diferentes estudiosos del tema pueden encontrarse consensos, como por ejemplo el de calificarlas como sitios de Internet creados con la finalidad de dinamizar la comunicación y las relaciones entre los usuarios de la gran autopista virtual. Alberto Ureña, at/el (2011) refiriéndose a un artículo del *Journal of Computer Mediated-Communication* define a las redes sociales como:

Servicios dentro de las webs que permiten al usuario 1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión y 3) visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema. (2011, pág. 12).

El objetivo central de las redes sociales es crear contactos entre la gente y crear grupos basándose en los más variados intereses que pueden ir desde el simple grupo de amigos hasta grupos con interés intelectual o de negocios.

Las redes no son únicamente un instrumento para entablar relaciones entre amigos o gente con intereses comunes, en realidad, “una red es una forma abstracta de visualizar una serie de sistemas, y en general, casi todos los sistemas complejos” (Merelo, 2006, p.1). En definitiva, las redes sociales han redefinido la forma en la que las personas interactúan entre sí, sin embargo, la esencia sigue siendo la misma: el

intercambio de mensajes e información entre un grupo de personas; solo que ahora mediante la tecnología se han podido explorar nuevos medios, nuevas fuentes, nuevos recursos y nuevos canales.

Por otro lado, en cuanto a su clasificación, se puede decir que existen diferentes tipos de redes sociales. Según Burgueño (2009) una clasificación de las redes sociales de acuerdo con su objetivo y temática tendría dos ejes principales:

- Redes sociales horizontales: denomina así a aquellas redes sociales que van dirigidas a todo público y que además no tienen una temática específica, permitiendo participación libre y con el objetivo de generar masa. El ejemplo más claro de este tipo de red social es Facebook.
- Redes sociales verticales: en estas redes el objetivo principal es el de brindar un eje temático específico y bien definido, en el que los usuarios sean parte de esta red gracias a que están interesados en la temática de la red social. Un ejemplo de una red social vertical es LinkedIn.

Con respecto a la publicidad, boca - oído, fue definida por primera vez como aquella comunicación oral de persona a persona entre un emisor que no se encuentra vinculado con la comercialización de un producto, servicio o marca y un receptor al que le interesa saber sobre dicho producto (Arndt, 1967). Este es un concepto de especial importancia para el presente estudio, ya que con el paso del tiempo ha evolucionado hasta el conocido como boca - oído electrónico que nace a merced de las nuevas vías de comunicación integradas desde el Internet y los avances tecnológicos. A la publicidad boca-oído electrónico se la debe entender como un comentario positivo o negativo realizado por personas ajenas a la empresa sobre una marca, producto, servicio u organización que puede estar disponible a una multitud de individuos e instituciones a través de Internet (Duan, Gu, & Whinston, 2008).

Durante varios años se han realizado estudios para explicar por qué los consumidores utilizan la información que obtienen del boca - oído y del boca-oído electrónico. Como un hallazgo importante se destaca que tanto el boca-oído tradicional como el electrónico constituyen una fuente de información importante para los consumidores que puede, inclusive, resultar más influyente y confiable que la publicidad que utiliza medios de comunicación masiva o medios tradicionales (Goldsmith & Horowitz, 2006).

Los estudios de publicidad boca-oído destacan la importancia del mismo en las decisiones de una persona que aún no ha consumido un servicio o un bien. Como lo explica Lau&Ng (2001), los comentarios boca - oído desempeñan un papel decisor en la aceptación de bienes o servicios. Las empresas no ignoran este fenómeno, por ello se han preocupado de utilizarlo en su favor.

Aguado y García (2009) definen el uso que se le ha dado al boca-oído tradicional y exponen que “ha sido utilizado como modo de publicidad efectiva sin recurrir a grandes inversiones ni contrataciones de medios masivos. Funciona al modo de una recomendación y gracias a esta, es posible adherir a nuestra cartera de clientes un cliente más” (Aguado Guadalupe & García García, 2009, pág. 3).

Es de vital importancia resaltar el carácter bidimensional del boca-oído, pues se trata de una conducta con una dimensión evaluativa que se refiere al valor o grado de bondad que tiene la información, desde la más positiva a la más negativa, y por otro lado tiene una dimensión conativa que se puede denotar en el grado de difusión de la información a otros (Halstead, 2002). El boca-oído electrónico tendría un mayor grado de difusión, hablando de su dimensión conativa. Se deberá analizar tomando en cuenta el grado en el que la información está favoreciendo o perjudicando a la empresa y a cuántas personas les puede llegar esa información, como explican Aguado y García (2009) Internet ha modificado la práctica del boca - oído ampliando el alcance de la recomendación y permitiendo que se comparta en la dimensión de la web.

El boca-oído es una forma de comunicación que funciona solamente si el emisor quiere recomendar un producto y el receptor tiene alguna motivación para escuchar, es un acto que funciona en las dos direcciones (Villanueva & Armelini, 2007). En el caso del boca-oído electrónico la iniciación desde el lado del receptor sería la búsqueda de información en las plataformas, puesto que, con los comentarios en redes sociales no se sabe a quién se está llegando, es decir, se quiere comentar con la satisfacción o insatisfacción en este caso del servicio de un restaurante, pero se emite la información a un público desconocido, anónimo; esta es la diferencia crucial con el boca - oído tradicional que implica una charla, “una recomendación

hecha de amigo a amigo acerca de un producto implica confianza y credibilidad (...) basando su compra en la confianza depositada en la persona que referencia el mensaje.” (Aguado Guadalupe & García García, 2009, pág. 3), pero en el boca - oído electrónico los comentarios funcionarían como el registro de esa información, para que pueda ser consultada en el momento que se requiera, esporádicamente o por quién intencionalmente lo necesite, está abierta a todos los usuarios de la red.

Según Villanueva y Armelini, el receptor aceptará el consejo del emisor dependiendo de tres factores: la similitud existente entre ambos, el conocimiento del emisor sobre el producto en cuestión y el tipo de riesgo que percibe el receptor (Villanueva & Armelini, 2007).

El riesgo percibido se puede clasificar en varios tipos, pero a efectos de la investigación se nombrará a los dos más comunes: riesgo financiero y riesgo social. El riesgo financiero es “la posibilidad de que el producto no valga lo que cuesta” (Leon & Leslie, 2010, págs. 183-184) y el riesgo social es el “peligro de que una decisión errónea sobre productos genere una situación socialmente embarazosa” (Leon & Leslie, 2010, págs. 183-184). Dependiendo del tipo de riesgo que el consumidor perciba, se determinará la fuente de información a la que se acuda. Cuando una persona perciba un riesgo social, será más probable que busque consejo de algún conocido, familiar o persona cercana, es decir, publicidad boca - oído ya sea tradicional o electrónico; por otro lado, si es que el individuo percibe un riesgo financiero, buscará consejo de personas expertas o fuentes especializadas (Villanueva & Armelini, 2007).

La manera en que una persona intenta reducir su riesgo percibido funciona de igual manera en el boca-oído electrónico y en el boca-oído tradicional. Cuando se presenta un riesgo social percibido, un individuo puede minimizar dicho riesgo interactuando con personas que comparten intereses en común y las pueden encontrar de manera más fácil y rápida en plataformas electrónicas como las redes sociales (Villanueva & Armelini, 2007).

Moliner-Velázquez (2012) realizó un estudio titulado “El boca-oído de clientes insatisfechos: un enfoque de segmentación en servicios de restaurantes”, en donde afirma que el boca - oído es causa y consecuencia de la experiencia de los consumidores. Es causa cuando perciben riesgo, por lo que antes de comprar, los consumidores, para reducir el riesgo, consultan información de otros. Es consecuencia después de comprar y tiene distintos fines: para brindar ayuda a otros consumidores, vengarse de la empresa, desahogarse respecto al servicio o para reducir la inseguridad de compradores. Además, señala que los compradores insatisfechos tienden más a comentar sus experiencias que los compradores satisfechos, por lo que el boca - oído negativo es más frecuente y tiene mayor efecto en los consumidores que el boca - oído positivo.

En términos más generales el consumidor actual ya no es un consumidor pasivo. Hoy busca, investiga y acopia su propia información usando las TICs. El consumidor pasivo ha muerto desde que se dio cuenta que no necesita ni de intermediarios, ni de publicidad para conseguir su producto (Rattinger, 2013).

Esta forma en la que los consumidores responden ante los servicios de las empresas y los nuevos medios que brinda la tecnología, ha aportado para que se construya el escenario en el que se da el fenómeno conocido como “prosumidores”, como lo afirma el consultor internacional experto en nuevo marketing, Juan Sánchez, en su artículo “Comprender el Marketing de Boca a Oído”, en donde sostiene que los consumidores han evolucionado y se han convertido en productores de información, consecuencia del desarrollo de herramientas de publicación de contenido, como por ejemplo los *blogs*, con audiencias que en algunos casos tienen un gran alcance y con poderes de influencia que permiten viralizar información con mayor poder de credibilidad que cualquier comunicación publicitaria de las empresas y posicionar recomendaciones como el arma del mercadotecnia más efectiva (Sánchez, 2009).

La palabra “prosumidor” es un acrónimo de “productor” y “consumidor”, el término fue concebido en primera instancia en inglés “*prosumer*” resultado de “*produce*”r y “*consumer*”, por el futurólogo Alvin Toffler en su libro “La Tercera Ola”, publicado en 1981.

En el libro se expone que durante la primera ola las personas eran consumidoras de su propia producción hasta que sobrevino la revolución industrial y junto con ella se separaron los papeles de lo que ahora conocemos como productores y consumidores, en donde además claramente eran los productores los

que, a través de los medios disponibles, emitían mensajes para los consumidores. Durante la segunda ola la televisión era el medio de comunicación más poderoso y masificador de la sociedad. Durante la tercera ola es en donde los “prosumidores”, a partir de los medios de comunicación generados, empiezan a destruir la hegemonía de la producción de mensajes de los medios de comunicación de la segunda ola (Islas, 2008).

Finalmente, en lo que respecta a los términos Generación X y Millennials, estos son utilizados para referirse a las cohortes demográficas que incluyen a los nacidos entre 1965 y 1981 y a los nacidos entre 1982 y 1998, respectivamente, según Antoni Gutiérrez-Rubí (2016). Esto quiere decir que para el año 2017, los Millennials tienen entre 19 y 35 años, mientras que las personas de la Generación X tienen entre 36 y 52 años.

En términos estrictamente académicos, la denominación “Millennials” aparece por primera vez en el libro de los demógrafos Neil Howe y William Strauss “Millennials Rising: The Next Great Generation”, publicado en el año 2000, a quienes se les adjudica la invención de este concepto; la razón por la que se los calificó así fue porque es la generación que vivió el cambio de milenio.

Existen características que se repiten en esta generación que permiten generar una persona ideal que representa a este cohorte demográfico y que permite comprender de mejor manera su comportamiento, recalando que “por supuesto que habrá excepciones, muchas, así como también puntos en común con otras generaciones, pero vale la pena hacer el esfuerzo y asumir los riesgos” (Gutiérrez, 2016, pág. 5).

3. Materiales y Métodos

La metodología propuesta, inicia con el planteamiento de dos hipótesis, las mismas serán puestas a prueba mediante las herramientas estadísticas: prueba de hipótesis para dos muestras independientes y chi-cuadrado de Pearson; además, para el análisis de los datos será conveniente el uso del software estadístico SPSS versión 21.

Es importante mencionar la elección del método de muestreo, que después de varios análisis se establece y es la técnica de muestreo por estratos. El empleo de todas estas herramientas se especifica en anexos con la ficha técnica de la investigación.

Considerando toda la información acerca del distinto comportamiento de ambas generaciones y tomando en cuenta la penetración de la tecnología, se plantea la inquietud acerca de cómo ha influido esto en el comportamiento de la comunidad local. Es decir, qué tanto influyen los comentarios en redes sociales o boca - oído electrónico y el boca - oído tradicional en los Millennials y la Generación X de la ciudad de Cuenca. Es posible que exista una diferencia en la credibilidad que se otorga a ambos fenómenos y que esta credibilidad esté en función de la generación a la que se pertenece, por lo que se determinan las siguientes hipótesis:

H1: Los comentarios en redes sociales son el principal factor en la toma de decisiones de los Millennials.

H2: El boca - oído tradicional es el principal factor en la toma de decisiones de la Generación X.

Para probar estas hipótesis se ha decidido desarrollar una investigación concluyente, descriptiva y de corte transversal simple. Además, se contará con un proceso de investigación formal y estructurada con análisis de datos cuantitativos con lo que se obtendrán hallazgos concluyentes útiles para tomar decisiones.

Para determinar el universo que será de utilidad al calcular el tamaño de la muestra, se parte de la población total del cantón Cuenca que es de 505.585 personas, de ese número, se incluye al número de personas que corresponden a los dos grupos etarios de interés que juntos representan aproximadamente el 28% de la población total, por lo que el universo será de 142.575 personas, por otro lado, la población de estudio está determinada por personas de los dos grupos de interés, Millennials y Generación X:

- Millennials: Personas que viven en Cuenca - Ecuador, dentro del casco urbano, de ambos géneros, con edades comprendidas entre 25 y 35 años, con estudios universitarios (65% del universo).

- Generación X: Personas que viven en Cuenca - Ecuador, dentro del casco urbano, de ambos géneros, con edades comprendidas entre 40 y 50 años (35% del universo).

Con estos datos se ha utilizado el método de muestreo estratificado para el cálculo de la muestra, con un nivel de significancia de 95 % y un error máximo admisible de 5 %. Además, para determinar los valores de la probabilidad de éxito y de fracaso (p y q), se ha tenido en cuenta una prueba piloto realizada con anterioridad, en la que se determinó que la probabilidad de éxito en el caso de los Millennials, es de 70%, mientras que, en el caso de la Generación X, es del 80%.

La probabilidad de éxito en el caso de los Millennials está determinada por el porcentaje de personas que consideran a los comentarios en redes sociales como principal factor para escoger un restaurante que aún no conocen. Para la Generación X, la probabilidad de éxito será el porcentaje de personas que consideran a la publicidad boca - oído el principal factor para escoger un restaurante que aún no conocen. El resultado obtenido, da una muestra de 295 personas, correspondiente a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sum(w_i * p_i * q_i)}{\frac{e^2}{z^2} + \frac{\sum(w_i * p_i * q_i)}{N}}$$

Reemplazando los datos:

$$n = \frac{(0,65 * 0,70 * 0,30) + (0,35 * 0,80 * 0,20)}{\frac{0,05^2}{1,96^2} + \frac{(0,65 * 0,70 * 0,30) + (0,35 * 0,80 * 0,20)}{142575}} = 295$$

Finalmente, para la comprobación de las dos hipótesis planteadas en el estudio, se usa principalmente dos herramientas estadísticas: prueba de hipótesis para muestras independientes y prueba de independencia chi-cuadrado. El detalle del uso que se dará dependerá de las variables que se vayan a medir, las mismas se explicarán más adelante.

Para la determinación de las características de los dos grupos de estudio se utilizan las mismas herramientas, además de estadísticos descriptivos. Las variables que se utilizaron para esto serán detalladas más adelante.

3.1. Prueba de hipótesis para dos muestras independientes

Para comprobar si existen diferencias entre las variables según los grupos de estudio, se utiliza la herramienta estadística “prueba de hipótesis para dos medias con muestras independientes”, cuya función radica en obtener las medias y desviaciones estándar de cada uno de los grupos de estudio y las compara entre sí para determinar si es que existen diferencias estadísticamente significativas (Webster, 2000). Las hipótesis que se plantean para esta prueba son las siguientes:

$$H_0: \mu_{\text{Millennials}} = \mu_{\text{(Generación X)}}$$

Ho: No existe diferencias significativas entre las medias de los Millennials y las medias de la Generación X.

$$H_a: \mu_{\text{Millennials}} \neq \mu_{\text{(Generación X)}}$$

Ha: Existe diferencias significativas entre las medias de los Millennials y las medias de la Generación X.

Donde “ μ ” es la media de las calificaciones.

Para determinar si existen diferencias significativas entre las medias de las calificaciones del grupo de los Millennials frente al grupo de la Generación X, será necesario calcular el valor t de cada una de las variables a probar (las variables ver en tabla 1 y tabla 2) y contrastar con el valor Z de tabla. El valor de

Z de tabla para un nivel de confianza del 95% es de ± 1.96 , mientras que el valor t es calculado con la comparación de las medias y desviaciones estándar de cada variable que se va a probar.

De esta manera la regla de decisión es que si el valor t calculado es menor que -1.96 y mayor que +1.96 la hipótesis nula se rechaza, por lo tanto, se acepta que existen diferencias significativas entre las medias de los dos grupos. Por otro lado, si es que el valor t calculado está dentro del rango de ± 1.96 no se rechaza la hipótesis nula y se concluiría que no existen diferencias significativas entre las medias de los dos grupos de estudio.

Cabe recalcar que las variables a medir con esta herramienta fueron hechas con una escala de Likert donde: 1 = muy de acuerdo, 2 = de acuerdo, 3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 = en desacuerdo y 5 = muy en desacuerdo.

3.2. Chi-cuadrado de Pearson

La distribución chi-cuadrado es una herramienta no paramétrica³ que en este estudio será útil para comparar dos variables cualitativas y determinar si es que existe independencia entre ellas. Las variables que se van a medir con esta herramienta estadística serán explicadas más adelante (ver tabla 1 y tabla 2).

Para esto es necesario plantearse las hipótesis de la herramienta de la siguiente manera:

Ho: La generación a la que pertenecen y la variable de contraste son independientes.

Ha: La generación a la que pertenecen y la variable de contraste no son independientes.

Para probar las hipótesis se calculará un valor de chi-cuadrado junto con un valor de significancia asintótica bilateral (valor p), con un error máximo admisible del 5% = 0,05 que forma la siguiente regla de decisión:

No rechazar la hipótesis nula, si es que el valor de la significancia asintótica bilateral es mayor que 0,05.

Rechazar la hipótesis nula, si es que el valor de la significancia asintótica bilateral es menor que 0,05.

Finalmente, para la resolución de la primera hipótesis planteada en el estudio, se presenta la siguiente metodología:

H1: Los comentarios en las redes sociales son el principal factor por el que el 70% de los Millennials escogen un restaurante que aún no conocen.

Para comprobar esta hipótesis se plantean los siguientes indicadores con sus respectivas preguntas presentes en la encuesta usada.

Tabla 1. Indicadores, preguntas y herramienta estadística para la comprobación de la primera hipótesis

Indicadores	Preguntas de la encuesta	Herramienta estadística a utilizar
Uso de redes sociales	7	Prueba de independencia Chi-cuadrado
	2	Prueba de independencia Chi-cuadrado
Fuentes de información	9	Prueba de independencia Chi-cuadrado
	14a	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes

3. Prueba no paramétrica: Es un procedimiento estadístico útil para probar hipótesis cuando los supuestos de parámetros o distribuciones poblacionales no son posibles (Webster, 2000)

Importancia de las redes sociales y la publicidad boca-Oído.	15a.	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes
Confianza en la publicidad Boca-Oído y comentarios en redes sociales.	15b	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes
Comodidad de consulta de comentarios en Redes Sociales frente a la publicidad Boca-Oído	15d	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes
Nivel de influencia de comentarios en redes sociales.	16a	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes
Factor principal por el que se escoge un restaurante que no conoce.	17	Prueba de independencia Chi-cuadrado

Elaboración: Los autores

La tabla 1 explica el camino a seguir para la comprobación de la primera hipótesis planteada en el estudio que consta de 9 preguntas.

Para la resolución de la segunda hipótesis planteada en el estudio, se presenta la siguiente metodología:

H_2 : La publicidad boca - oído es el principal factor por el que el 80% de las personas de la Generación X escogen un restaurante que aún no conocen.

Para comprobar esta hipótesis se plantean los siguientes indicadores con sus respectivas preguntas presentes en la encuesta usada para el efecto.

Tabla 2: Indicadores, preguntas y herramienta estadística para la comprobación de la segunda hipótesis

Indicadores	Preguntas de la encuesta	Herramienta estadística a utilizar
Fuentes de información	9	Prueba de independencia Chi-cuadrado
Importancia de las redes sociales y la publicidad boca oído.	15a.	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes
Confianza en la publicidad Boca oído y comentarios en redes sociales.	5b	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes
	15c	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes
Comodidad de comentarios en Redes sociales frente a la publicidad boca oído.	15d.	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes
Nivel de influencia de comentarios en redes sociales y boca oído.	16a	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes
	16b	Prueba de hipótesis para dos muestras independientes

Factor principal por el que se escoge un restaurante que no conoce.	17	Prueba de independencia Chi-cuadrado
---	----	--------------------------------------

Elaboración: Los autores

La tabla 2 explica el camino a seguir para la comprobación de la segunda hipótesis planteada en el estudio que consta de 8 preguntas.

4. Discusión y resultados

4.1 Primera hipótesis: Comentarios en redes sociales como principal factor de decisión para los Millennials.

La hipótesis fue planteada de la siguiente manera:

Ho: Los comentarios en las redes sociales no son el principal factor por el que el 70% de los Millennials escogen un restaurante que aún no conocen.

H1: Los comentarios en las redes sociales son el principal factor por el que el 70% de los Millennials escogen un restaurante que aún no conocen.

Como se explicó en la sección anterior, se han realizado pruebas de hipótesis y pruebas de independencia chi-cuadrado para las variables y preguntas útiles para resolver esta hipótesis. En las primeras preguntas a analizar, se encontró que, según la prueba de independencia chi-cuadrado, existe relación entre la variable “generación a la que pertenece” con las variables: “uso de redes sociales”, “fuentes de información en las que confía” y “revisó comentarios en su última visita a un restaurante” (Ver tabla 3).

Analizando esto se sabe que la mayoría de Millennials usa redes sociales para revisar información de locales comerciales (horarios, dirección, servicios) y para chatear, además al momento de buscar información acerca de un restaurante que aún no conocen, consideran confiables a los comentarios en redes sociales y recomendaciones de terceros. Finalmente se sabe que la última vez que visitaron un restaurante revisaron sus comentarios en redes sociales.

Tabla 3: Prueba de independencia chi-cuadrado

Variables	Millennials	Sig. Asintótica	Gl.
Uso que le dan a las redes sociales*	Revisar información de locales comerciales (horarios, dirección, servicios).	0,000	11
Fuentes de información confiable*	Comentarios en redes sociales.	0,000	5
La última vez que visitó un restaurante, revisó los comentarios en redes sociales*	Sí	0,000	1

* Chi-cuadrado significativo al 99%

Elaboración: Los autores

Para el análisis de las siguientes variables, se utilizó la herramienta prueba de hipótesis para dos muestras independientes, encontrando diferencias estadísticamente significativas en sus respuestas (Ver tabla 4), gracias a esto se sabe que:

Los Millennials están de acuerdo en lo siguiente: las redes sociales son buena fuente de información acerca de restaurantes que aún no conocen, es importante leer los comentarios en redes sociales acerca del servicio de un restaurante que aún no conocen, confían en los comentarios en redes sociales respecto a un restaurante que aún no conocen.

Además, no están ni de acuerdo ni en desacuerdo en que es más cómodo revisar los comentarios en redes sociales en lugar de preguntar a un desconocido acerca de un restaurante que aún no conocen y están de acuerdo en que los comentarios en redes sociales de otros usuarios influyen en su decisión de acudir a un restaurante que aún no conocen.

Tabla 4: Valores t calculados

Variables	Millennials	Valor t
Las redes sociales de restaurantes son buena fuente de información	1,72	* -6,811
Es importante leer los comentarios en redes sociales acerca del servicio de un restaurante que aún no conoce	2,01	* -4,817
Confío en los comentarios en redes sociales respecto a un restaurante que aún no conozco	2,46	* -5,211
Al momento de acudir a un restaurante que aún no conozco, es más cómodo revisar los comentarios en las redes sociales del restaurante, que preguntar a algún conocido.	2,57	* -2,408
Los comentarios y opiniones de otros usuarios en las redes sociales influyen en mi decisión de acudir a un restaurante que aún no conozco	2,42	* -7,161

* Z crítico a $\pm 1,96$

Elaboración: Los autores

Finalmente, realizando un análisis chi-cuadrado entre la variable “generación a la que pertenece” y la variable “factor principal al momento de escoger un restaurante que aún no conoce”, se determina que hay una relación estadísticamente significativa y que para el 47,4% de los Millennials el principal factor son los comentarios en redes sociales.

Tabla 5: Prueba de independencia chi-cuadrado

Variables	Millennials	Sig. Asintótica	Gl
Factor principal al momento de escoger un restaurante que aún no conocen*	Comentarios en redes sociales	0,000	3

* Chi-cuadrado significativo al 99%

Elaboración: Los autores

4.2 Segunda hipótesis: Publicidad boca - oído como principal factor de decisión para la Generación X.

La hipótesis fue planteada de la siguiente manera:

H0: La publicidad boca-oído no es el principal factor por el que el 80% de las personas de la Generación X escogen un restaurante que aún no conocen.

H1: La publicidad boca-oído es el principal factor por el que el 80% de las personas de la Generación X escogen un restaurante que aún no conocen.

Al igual que en la primera hipótesis, para resolver esta se han utilizado las herramientas estadísticas: pruebas de hipótesis y pruebas de independencia chi-cuadrado. En la primera variable se realiza una prueba de independencia chi-cuadrado y se determina que existe relación entre la variable “generación a la que pertenece” y la variable “fuentes de información en las que confía” ya que las personas de la Generación X confían en las recomendaciones de terceros (Publicidad boca-oído).

Tabla 6: Prueba de independencia chi-cuadrado

Variables	Generación X	Sig. Asintótica	GI
Fuentes de información confiable *	Recomendaciones de terceros	0,000	5

* Chi-cuadrado significativo al 99%

Elaboración: Los autores

Para el análisis de las siguientes variables, se utilizó la herramienta estadística prueba de hipótesis para dos muestras independientes, encontrando diferencias estadísticamente significativas en sus respuestas (Ver tabla 7), gracias a esto se sabe que:

Las personas de la Generación X no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con dos factores: 1) es importante revisar los comentarios en redes sociales acerca del servicio de un restaurante que aún no conocen y 2) confían en los comentarios en redes sociales respecto a un restaurante que aún no conocen (Ver tabla 7).

Además, no están de acuerdo ni en desacuerdo con el hecho de que revisar los comentarios en redes sociales es más cómodo que preguntar a un conocido acerca de un restaurante que aún no conoce. También en que los comentarios en redes sociales de otras personas influyen en la decisión de acudir a un restaurante que aún no conocen (Ver tabla 7).

Por otro lado, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas en estas dos variables: 1) confían en las recomendaciones de terceros respecto a un restaurante que aún no conocen y 2) las recomendaciones de terceras personas influyen en su decisión de acudir a un restaurante que aún no conocen, estando de acuerdo con esas dos afirmaciones (Ver tabla 7).

Tabla 7: Valores t calculados

	Generación X	Valor t
Es importante leer los comentarios en redes sociales acerca del servicio de un restaurante que aún no conoce	2,58	* -4,817
Confío en los comentarios en redes sociales respecto a un restaurante que aún no conozco	3,12	* -5,211
Confío en las recomendaciones de terceros respecto a un restaurante que aún no conozco	2,21	-1.853
Al momento de acudir a un restaurante que aún no conozco, es más cómodo revisar los comentarios en las redes sociales del restaurante, que preguntar a algún conocido.	2,88	* -2,408
Los comentarios y opiniones de otros usuarios en las redes sociales influyen en mi decisión de acudir a un restaurante que aún no conozco	3,56	* -7,161
Las recomendaciones de terceras personas influyen en mi decisión de acudir a un restaurante que aún no conozco	2,3	-1.165

* Z crítico $\pm 1,96$

Elaboración: Los autores

Finalmente, realizando un análisis chi-cuadrado entre la variable “generación a la que pertenece” y la variable “factor principal al momento de escoger un restaurante que aún no conoce”, se tiene que hay una relación estadísticamente significativa y que para el 92,20% de las personas de la Generación X el principal factor es la publicidad boca - oído.

Tabla 8: Prueba de independencia chi-cuadrado

Variables	Generación X	Sig. Asintótica	GI
Factor principal al momento de escoger un restaurante que aún no conocen*.	Recomendaciones de terceros	0,000	3

* Chi-cuadrado significativo al 99%

Elaboración: Los autores

4.3 Características de los Millennials y la Generación X.

En esta sección se detallan características generales obtenidas en la investigación de mercados y que serán de utilidad para tener una aproximación al perfil de gustos y preferencias de los dos grupos de estudio respecto a las redes sociales.

En las variables de la tabla 9 se realizó la prueba de independencia chi-cuadrado, existiendo relación estadísticamente significativa entre la variable “generación a la que pertenecen” y las variables: “dispositivo con el que prefiere navegar en redes sociales”, “redes sociales preferidas” y “sigue las redes sociales de restaurantes locales”. Con esos datos se obtienen los siguientes resultados:

Tanto Millennials como Generación X prefieren el celular para navegar en sus redes sociales, las redes sociales de preferencia para los Millennials, en orden de importancia, son: Facebook, YouTube e Instagram, mientras que para la Generación X, en orden de importancia, son: Facebook, YouTube y Google+.

En promedio, los Millennials usan 4 redes sociales, mientras que, los de la Generación X usan 3. La red social más utilizada por los dos grupos es Facebook, usan de 1 a 2 horas al día y el horario preferido es en las noches. El uso preferido que dan a las redes sociales es para chatear.

Por otro lado, los Millennials aseguran seguir a redes sociales de restaurantes locales, mientras que la Generación X no lo hace. Además, la red social preferida por los dos grupos para revisar información acerca de restaurantes locales que no conocen es Facebook.

Tabla 9: Descriptivo de los dos grupos

	Millennials	Generación X
Dispositivo con el que prefiere navegar en redes sociales	Celular	
Redes sociales preferidas*	1. Facebook 2. YouTube 3. Instagram 4. Twitter	1. Facebook 2. YouTube 3. Google+
Promedio de redes sociales que usan	4	3
Red social más utilizada	Facebook	
Tiempo al día que usan redes sociales	De 1 a 2 horas	
Horario preferido para visitar redes sociales	En las noches (18h00 a 00h00)	
Uso más frecuente que dan a sus redes sociales	Chatear	
Sigue a redes sociales de algún restaurante local*	Sí	No
Red social preferida para revisar información de restaurantes que no conocen	Facebook	

* Chi-cuadrado significativo al 99%

Elaboración: Los autores.

En las variables de la tabla 10 se utilizaron “pruebas de hipótesis”, existiendo diferencias estadísticamente significativas entre la media de la variables “generación a la que pertenecen” con las variables: “utilizo mucho redes sociales para seguir a restaurantes locales”, “los restaurantes locales con redes sociales inspiran más confianza”, “la publicidad en redes sociales es muy molesta”, “la publicidad en redes sociales es útil para conocer nuevos productos”, “las redes sociales de los restaurantes son un buen lugar para opinar acerca de su servicio” y “confío en los comentarios en las redes sociales de restaurantes, aún si el comentario viene de alguien que no conozco”. Con esos datos se obtuvieron los siguientes resultados.

Los Millennials están de acuerdo en que utilizan mucho las redes sociales para seguir a restaurantes locales, mientras que la Generación X está en desacuerdo con esta afirmación. De igual manera, los Millennials están de acuerdo en que los restaurantes locales con redes sociales inspiran más confianza que aquellos que no tienen redes sociales, mientras que la Generación X no está de acuerdo ni en desacuerdo con esto.

En cuanto al hecho de que la publicidad en redes sociales es muy molesta, los Millennials afirman estar de acuerdo, mientras que la Generación X no está de acuerdo ni en desacuerdo, sin embargo, la publicidad en redes sociales es útil para conocer nuevos productos, es algo que los Millennials están “muy de acuerdo” y la Generación X “de acuerdo”.

Los Millennials están de acuerdo en que las redes sociales de los restaurantes son un buen lugar para opinar acerca de su servicio, mientras que para la Generación X esto le es indiferente. Además, los dos grupos de estudio están de acuerdo en que confía más en recomendaciones en persona de conocidos que de desconocidos.

Finalmente, en cuanto a la confianza de los comentarios en redes sociales de restaurantes, los Millennials están de acuerdo en que confían así el comentario venga de alguien que no conocen, mientras que la Generación X está en desacuerdo con esta afirmación.

Tabla 10: Valores t calculados

	Millennials	Generación X	Valor t
Utilizo mucho redes sociales para seguir a restaurantes locales	2,43	3,72	* -8,911
Los restaurantes locales con redes sociales inspiran más confianza.	2,34	2,98	* -5,086
La publicidad en redes sociales es muy molesta.	2,42	3,09	* -2,103
La publicidad en redes sociales es útil para conocer nuevos productos.	1,46	2,06	* -2,725
Las redes sociales de los restaurantes son un buen lugar para opinar acerca de su servicio	2	2,53	* -4,428
Si la recomendación acerca de un restaurante es en persona. Confío más en un conocido que en un desconocido.	1,8	1,66	1.264
Confío en los comentarios en las redes sociales de restaurantes, aún si el comentario viene de alguien que no conozco.	2,37	3,75	* -5,054

Z crítico $\pm 1,96$

Elaboración: Los autores.

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Comentarios en redes sociales como factor de decisión de los Millennials

La primera hipótesis pretendía comprobar si es que los comentarios en redes sociales son el principal factor por el que el 70% de los Millennials escogen un restaurante que aún no conocen, siguiendo la metodología presentada anteriormente se tienen las siguientes conclusiones.

Las redes sociales de los Millennials están presentes antes de sus decisiones. El uso que los Millennials dan a las redes sociales es para revisar información de locales comerciales, es decir, sus horarios, dirección y/o servicios. Además, la última vez que visitaron un restaurante aproximadamente el 58% revisó los comentarios en redes sociales del mismo antes de acudir.

Los comentarios en redes sociales son parte de la búsqueda de información durante el proceso de compra de los Millennials. Las fuentes que les parecen confiables al momento de buscar información acerca del servicio de un restaurante que no conocen son principalmente los comentarios en redes sociales con un 61 %, sin embargo, la mitad de los Millennials también consideran que las recomendaciones de terceros son una fuente confiable. Además, están de acuerdo en que las redes sociales de los restaurantes son buena fuente de información, esto tiene coherencia con el uso que le dan a las redes, expuesto anteriormente.

A pesar de que hay una clara tendencia hacia revisar los comentarios en redes sociales antes de visitar un restaurante, aún es mejor preguntar a terceras personas. Los Millennials están de acuerdo en que es importante leer los comentarios en las redes sociales acerca de un restaurante que aún no conocen, además están de acuerdo en que confían en los mismos, esto concuerda también con el uso que le dan y la confianza que tienen con las redes sociales. Sin embargo, no les parece más cómodo revisar los comentarios en redes sociales que preguntar a algún conocido.

Los comentarios en redes sociales resultan influyentes e importantes para los Millennials. Están de acuerdo en que los comentarios y opiniones de otros usuarios influyen en su decisión de acudir a un restaurante que aún no conocen. Además, el factor principal para escoger un restaurante que aún no conocen para los Millennials está dividido: una parte mayoritaria asegura que son los comentarios en redes sociales (47,4%), mientras que, otro grupo importante dice que el principal factor es la publicidad boca - oído (41,10%).

En base a los datos expuestos, la hipótesis de que los comentarios en las redes sociales son el principal factor por el que el 70% de los Millennials escogen un restaurante que aún no conocen, se tiene que rechazar, ya que no les parece más cómodo revisar los comentarios en redes sociales y tan sólo el 47,4% lo considera como su principal factor.

A pesar de esto, es claro que existe una tendencia favorable hacia este uso de las redes sociales, sin embargo, con los datos analizados parece ser que también es importante los comentarios de terceros (o publicidad boca - oído). Es posible que los Millennials en Cuenca estén en una transición desde la publicidad boca - oído, hacia la publicidad boca - oído electrónica.

En base a las conclusiones antes citadas, se recomienda motivar a los clientes a que sigan las redes sociales del restaurante y a que califiquen o realicen comentarios acerca de los servicios según su satisfacción, lo que les llamó la atención, lo que más le gustó del servicio, etc., para esto es necesario establecer un sistema de recompensas basado en entregar beneficios valorados por sus clientes a cambio de dichas calificaciones y comentarios.

5.2. La publicidad boca-oído como factor de decisión de la Generación X

La segunda hipótesis pretendía comprobar si es que la publicidad boca-oído es el principal factor por el que el 80% de la Generación X escoge un restaurante que aún no conoce, siguiendo la metodología

presentada anteriormente se tienen las siguientes conclusiones.

La fuente más confiable para esta generación al momento de buscar información acerca del servicio de un restaurante que aún no conocen es la recomendación de terceras personas, ya que, casi el 85% de la Generación X afirma esto.

Para la Generación X, la importancia de leer los comentarios en redes sociales le es indiferente, además, no confía en los comentarios en redes sociales respecto a un restaurante que aún no conoce. Sin embargo, esta generación está de acuerdo en que confía en las recomendaciones de terceros respecto a lo mismo, esto claramente evidencia una preferencia hacia la publicidad boca - oído tradicional frente a la electrónica.

La Generación X también asegura que es más cómodo preguntar a algún conocido en lugar de revisar los comentarios en las redes sociales cuando quieren saber información de un restaurante que no conocen.

Finalmente, para el 92% de personas de la Generación X, las recomendaciones de terceros es el principal factor por el que escogen un restaurante que aún no conocen, mostrando favorecimiento total hacia este factor frente a los comentarios en redes sociales u otros factores.

Basado en los datos expuestos, la hipótesis de que la publicidad boca - oído es el principal factor por el que el 80% de la Generación X escoge un restaurante que aún no conocen, se aprueba ya que 9 de cada 10 lo asegura.

Es claro que los comentarios en redes sociales para las personas de la Generación X, no es un factor a tener en cuenta, esto está respaldado con la baja confianza que tienen a las redes sociales, además de la baja importancia que le dan a los comentarios u opiniones. Asimismo, piensan que no es cómodo revisar los comentarios en redes antes de visitar un restaurante que no conocen.

En base a las conclusiones antes mencionadas, se recomienda motivar a los clientes de esta generación a recomendar el restaurante con sus conocidos, brindando beneficios para los clientes que visitan el restaurante habitualmente, apalancándose en los productos que son consumidos con un grado de constancia alto, por ejemplo, almuerzos. Funcionaría nombrar “embajadores” y ofrecer beneficios en los consumos habituales de estos, brindando cupones de descuento con códigos para sus conocidos, así se puede contabilizar cuántos clientes genera cada embajador.

5.3. Características encontradas de los Millennials y de la Generación X en Cuenca – Ecuador

El dispositivo preferido para los dos grupos de estudio es el mismo. El impacto que tiene el uso del celular es indiferente a la generación a la que pertenecen, además, el dispositivo con menor preferencia para la Generación X es la tableta, mientras que para los Millennials es la computadora.

En cuanto a las redes sociales, tanto Millennials como Generación X coinciden en que Facebook y YouTube son sus preferidas. En donde se encuentran diferencias es en el uso de Instagram y Twitter que son preferidas solo por los Millennials, mientras que Google+ es preferida solo por la Generación X.

Se encuentra diferencias en el número de redes que usan las dos generaciones, y similitudes en el tiempo y horario de preferencia. En promedio los Millennials (4 redes sociales) utilizan una red social más que la Generación X (3 redes sociales), sin embargo, el tiempo al día que le dedican al uso de redes es el mismo, de 1 a 2 horas diarias, coincidiendo también en las noches como el horario preferido para usarlas, de 18h00 a 00h00.

Al contrario de la Generación X, el uso de las redes sociales para los Millennials parece ir más allá de solo el contacto con sus amigos. Los dos grupos de estudio utilizan Facebook principalmente para chatear, además de usarlo cuando quieren buscar información acerca de restaurantes que no conocen. Por otro lado, se sabe que solo los Millennials siguen a las redes sociales de restaurantes locales provocando que sientan más confianza en restaurantes que tienen redes sociales frente a los que no las tienen; muy

en contraste con la Generación X, que no usa redes sociales para seguir a restaurantes locales y le es indiferente si es que los mismos tienen redes sociales o no. Finalmente la percepción que se tiene de la publicidad en redes sociales es otro factor en el que los dos grupos coinciden, ya que a ambos les parece útil para conocer productos nuevos, sin embargo, para los Millennials esta publicidad sí resulta molesta.

Se recomienda utilizar la publicidad digital para informar acerca de los beneficios que ofrece el restaurante, en referencia al tipo de comida, los horarios de atención, si cuenta con menú para niños, menú para vegetarianos o veganos, etc., y evitar exhibir precios o descuentos en publicidad patrocinada.

Segmentar esta publicidad mediante el dispositivo de los usuarios, eligiendo el celular como medio de difusión, además de enfocarse en Facebook y YouTube. Potencializar el alcance de las publicaciones programadas durante la noche, desde las 18H00 hasta la media noche y mantener las redes sociales del restaurante actualizadas con toda la información que podrían demandar los clientes: dirección, ubicación, contacto, horario de atención, menú.

Referencias bibliográficas

- Aguado Guadalupe, G., & García García, A. (2009). Del Word-of-mouth al Mercadotecnia viral: aspectos claves de la comunicación a través de redes sociales. *Revista Interdisciplinaria de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 41-51.
- Arndt, J. A. (1967). *Word of mouth advertising: a review of literature*. Nueva York: Advertising Research Foundation. Recuperado el 5 de Octubre de 2017
- Burgueño, P. (2 de marzo de 2009). *Pablo F. Burgueño*. Recuperado el 28 de octubre de 2017, de <https://www.pablofb.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>
- Caldevilla Domínguez, D. (03 de febrero de 2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 45-68. Recuperado el 10 de octubre de 2017, de Universidad Complutense Madrid: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A>
- Duan, Gu, & Whinston. (2008). The dynamics of online word-of-mouth and product sales: and empirical investigation of the movie industry". En G. W. Duan. Recuperado el 7 de Octubre de 2017
- Goldsmith, & Horowitz. (2006). Measuring motivations for online opinion seeking. Recuperado el 7 de Octubre de 2017
- Guevara, M. C., & Morales, E. (2016). *Repositorio Digital de la Universidad de Cuenca*. Recuperado el 6 de julio de 2018, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24474/1/Tesis.pdf>
- Gutiérrez, A. (2016). *MILLENNIALS EN LATINOAMÉRICA. Una perspectiva desde Ecuador*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- Halstead, D. (2002). Negative word-of-mouth substitutive for or supplement to consumer complaints? *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior.*, Vol. 15, p. 1-12. Recuperado el 28 de octubre de 2017
- Internacional, F. G. (Enero de 2017). *Formacion Gerencial Internacional*. Obtenido de <http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>
- Islas, O. (noviembre de 2008). LA SOCIEDAD DE LA UBICUIDAD, LOS PROSUMIDORES Y UN MODELO DE COMUNICACIÓN PARA COMPRENDER LA COMPLEJIDAD DE LAS COMUNICACIONES DIGITALES. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el 13 de diciembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520724016.pdf>
- Lau, G., & Ng, S. (2001). Individual and situational factors influencing negative word-of-mouth behaviour. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Vol. 18, núm. 3., p. 163-178.
- Leon, S., & Leslie, L. (2010). Riesgo Percibido. En S. Leon, & L. Leslie, *Comportamiento del consumidor* (Décima ed., págs. 183-184). México: Pearson Educación. Recuperado el 11 de Octubre de 2017
- Moliner-Velázquez, B. (2012). *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Obtenido de Redalyc : <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43323186002>
- Ovies, M. (28 de febrero de 2016). *Medium*. Obtenido de <https://medium.com/@MarioOvies/es-whatsapp-una-red-social-8661cbf8238a>
- Rattinger, Á. (2013). *NUEVO JUEGO, NUEVAS REGLAS. Mercadotecnia de vanguardia*. México, D.F.: Ediciones Felou, S.A. Recuperado el 10 de noviembre de 2017
- Rubio, J. (19 de mayo de 2016). *Verne*. Recuperado el 25 de octubre de 2017, de https://verne.elpais.com/verne/2016/05/03/articulo/1462284105_813192.html

- Sánchez, J. (05 de febrero de 2009). *juanmercadotecnia.com*. Obtenido de <http://www.juanmercadotecnia.com/que-es-mercadotecnia-boca-oreja-oido/2009/02/05/>
- Ureña, A., Ferrari, A., Blanco, D., & Valdecasa, E. (diciembre de 2011). *Observatorio da Sociedade da Información e a Modernización de Galicia*. Recuperado el 3 de diciembre de 2017, de http://www.osimga.gal/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf
- Velázquez Perea, L. E. (2016). Desarrollo de habilidades en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. En L. E. Perea, *Desarrollo de habilidades en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación*. (pág. 30). México. Recuperado el 6 de Noviembre de 2017
- Villanueva, J., & Armelini, G. (2007). El boca oreja electrónico: ¿Qué sabemos de esta poderosa herramienta de mercadotecnia? En J. Villanueva, & G. Armelini, *El boca oreja electrónico: ¿Qué sabemos de esta poderosa herramienta de mercadotecnia?* (págs. 11-23). e-business Center PricewaterhouseCoopers & IESE. Recuperado el 7 de Octubre de 2017, de http://www.ieseinsight.com/casos/Study_0092-S.pdf
- Webster, A. (2000). Estadística aplicada a los negocios y la economía. En A. Webster, *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. (págs. 246-247). Bogotá: McGraw - Hill. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017

Anexos

Anexo 1. Ficha técnica de investigación.

Ficha técnica de investigación	
Definición del problema.	Desconocimiento de la importancia que se da a los comentarios en redes sociales y a la publicidad boca-oído, como un factor de decisión en la elección de restaurantes que aún no se conoce.
Objetivo General.	Conocer la importancia que se da a los comentarios en redes sociales y a la publicidad boca oído, como un factor de decisión en la elección de restaurantes que aún no se conoce.
Objetivos Específicos.	<p>Conocer aspectos de importancia y el uso que dan a las redes sociales los grupos de estudio.</p> <p>Analizar la influencia que tiene la publicidad boca oído como un factor de decisión en la elección de restaurantes que aún no conocen.</p> <p>Estudiar la influencia que tienen los comentarios que realizan otros usuarios en redes sociales como un factor de decisión en la elección de restaurantes que aún no conocen.</p> <p>Comparar la influencia que tienen los comentarios que dan otros usuarios en redes sociales para visitar un restaurante que aún no se conoce frente a la influencia de la publicidad boca oído para visitar un restaurante que aún no se conoce.</p>

Grupo objetivo	Millennials: Personas que viven en Cuenca-Ecuador, dentro del casco urbano, de ambos géneros, con edades comprendidas entre 25 y 35 años, con estudios universitarios. Generación X: Personas que viven en Cuenca-Ecuador, dentro del casco urbano, de ambos géneros, con edades comprendidas entre 40 y 50 años.
Universo	El universo es de 142.575 personas, correspondiente al 28% de la población total del Cantón Cuenca.
Diseño muestral	Muestreo estratificado en el que los valores “p” y “q” fueron tomados a partir de una prueba piloto.
Tamaño de la muestra	295 personas.
Técnica de recolección	Encuestas personales.
Cobertura geográfica	Zonas urbanas del cantón Cuenca, Ecuador.
Nivel de confianza	95%
Error máximo admitido	5%

Elaboración: Los autores.

DIAGNÓSTICO DE LA FORMALIZACIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS EMPRESAS MEDIANAS DEDICADAS AL COMERCIO AL POR MENOR EN QUITO

ANALYSIS OF THE ADMINISTRATIVE FORMALIZATION OF MEDIUM-SIZED COMPANIES DEDICATED TO RETAIL TRADE IN QUITO



Carla D. Ojeda Zambrano¹
caojeda@uce.edu.ec

Jairo A. Gutiérrez Burbano²
jgutierrez@uce.edu.ec,

Luis F. Córdova Ballesteros³
lfcordova@uce.edu.ec

Resumen

La formalización administrativa de una organización se concibe como la acción de legalizar jurídicamente su presencia en el mercado y también como la manera en que se encuentran declarados y evidenciados sus procesos organizacionales. El objetivo de este estudio descriptivo transversal es medir y describir el segundo tipo de formalización en las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor (CIIU 47), en las parroquias urbanas de la ciudad de Quito en el año 2017 y si el tiempo de permanencia en el mercado incide en su formalización. Luego de aplicar la metodología a 58 gerentes de empresas medianas se obtuvo que el promedio general de formalización asciende a 81,72% correspondiente a la escala óptima, lo que indica que si bien existen aspectos internos débiles, en términos generales sus procesos son estables, además de que no existe relación entre su tiempo en el mercado y su nivel de formalización.

Palabras Clave: comercio al por menor, desempeño, formalización administrativa, Mipymes, procesos

Abstract

The administrative formalization of an organization is conceived as the legal action of legalizing its presence in the market and also as the way in which its organizational processes are declared and evidenced. The objective of this cross-sectional descriptive study is to measure and describe the second type of formalization in medium-sized retail businesses (ISIC 47) in the urban parishes of the city of Quito in 2017 and if the time spent in the market affects its formalization. After applying the methodology to 58 managers of medium-sized companies, it was obtained that the general average of formalization amounts to 81.72% corresponding to the optimal scale, which indicates that although there are weak internal aspects, in general terms their processes are stable. In addition, there is no relationship between their permanence in the market and their level of formalization.

Keywords: retail trade, performance, administrative formalization, MSMEs, processes.

Código JEL: M54
Código DOI: 10.25097/rep.n27.2018.02

1 Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Central del Ecuador, Ecuador, ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1435-2317>

2 Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Central del Ecuador, Ecuador, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5655-4588>

3 Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Central del Ecuador, Ecuador, ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0573-3572>

1. Introducción

La formalización administrativa de una organización puede entenderse desde dos puntos de vista. Por un lado, como la acción de legalizar su presencia en el mercado, es decir, que realice y complete los requisitos para su funcionamiento y reconocimiento como una persona jurídica. En este sentido y en el ámbito ecuatoriano, la formalización de las empresas implicará obtener el número de registro de contribuyente en el Servicios de Rentas Internas (SRI), su inscripción en la Superintendencia de Compañías, ingreso como patrono en el Ministerio de Trabajo, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), obtención del permiso de funcionamiento en la entidad municipal correspondiente, entre otros requisitos de operación.

De manera adicional, la formalización también corresponde a la manera en que se encuentran declarados y evidenciados los diversos procesos organizacionales que según su esencia se clasifican en tres tipos de naturaleza: gobernantes (direccionan), sustantivos (ejecutan la misión) o adjetivos (apoyan al resto de procesos). Todos ellos deben plantearse de forma escrita y documentada, y desarrollarse en un ambiente de mejoramiento continuo lo cual permite a la organización lograr y fortalecer su ventaja competitiva. En base a ello, la formalización es susceptible de medición en tanto y cuanto la organización tenga documentados, sistematizados y controlados sus procesos operativos y administrativos.

En base a lo expuesto, el objetivo de este estudio descriptivo transversal es medir y describir el segundo tipo de formalización en las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) Número 47, en las parroquias urbanas de la ciudad de Quito, Ecuador, al año 2017 y además comprobar si el tiempo de permanencia en el mercado incide en su nivel de formalización.

El campo de estudio de la investigación corresponde a la gestión empresarial, laboral y procesos organizacionales, mientras que, el marco teórico de referencia se circunscribe a la teoría de sistemas y del proceso administrativo que sustentan la conformación legal y crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el Ecuador y la formación de ventajas competitivas en base al fortalecimiento de sus procesos internos.

En términos metodológicos se recurre a la revisión bibliográfica de información secundaria de las bases de datos societarios oficiales en el Ecuador como punto de partida para el desarrollo de un estudio de campo que recaba información primaria sobre la existencia formal de procesos internos en empresas medianas, para lo cual se utiliza la técnica de encuesta. Los datos obtenidos se procesan estadísticamente a través de la herramienta informática *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) para luego generar los respectivos análisis.

2. Revisión de la literatura

El estudio se enmarca fundamentalmente en la teoría de sistemas la cual concibe a un sistema como un conjunto interrelacionado de partes de menor tamaño que cumplen un cometido particular; y en sentido lógico, dicho sistema forma parte de uno mayor.

Luhmann por su parte propone apelar a la teoría de sistemas, que se basa en la diferencia entre sistema y entorno. No se trata de ver a los sistemas como objetos, sino como distinciones que al reproducirse a sí mismos reproducen su diferenciación del entorno... Con el planteamiento de Luhmann cambia todo, puesto que los acontecimientos -por ser tan breves- no pueden cambiar, pero tampoco permanecer y las estructuras sólo sirven para vincular un acontecimiento con otro, asegurando la permanencia y reproducción del sistema. Por eso es relevante hablar de capacidad de conexión o de enlace, porque las estructuras se determinan por su capacidad para establecer nexos. Ya no se refieren a invariantes, sino a operaciones y a enlaces. (Varela, 1995, pág. 5)

Por deducción, las organizaciones son sistemas formados por elementos de su ambiente interno (procesos

organizacionales) que juntos logran cumplir su misión. Estas entidades también reciben influencia del sistema mayor al que pertenecen, es decir su ambiente externo.

Existen diversos tipos de empresas las cuales se clasifican en diferentes tamaños, no solo por el número de integrantes, sino también por el monto de sus ventas brutas. A continuación se realizan los principales análisis teóricos que sustentan el estudio del nivel de formalización de las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor en la ciudad de Quito.

En el Ecuador las MIPYMES han cobrado gran importancia, puesto que, proporcionalmente constituyen la mayor parte del componente empresarial del país. A continuación se presentan las principales definiciones y análisis sobre esta temática, en especial del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI.

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. (Asamblea Nacional, 2015, pág. 34)

Efectivamente, una MIPYME puede tener su ejercicio en distintos ámbitos industriales, comerciales y de servicios, siendo el más representativo el comercial a nivel mayorista y minorista de todo tipo de bienes principalmente procesados.

El COPCI tiene como objetivos principales la transformación de la matriz productiva para generar un mayor nivel de valor agregado; la democratización en el acceso a los medios de producción para dar cobertura a sectores rezagados durante años y con ello, el fomento del trabajo y el emprendimiento en todas sus formas. El Reglamento del mencionado Código establece las siguientes delimitaciones para la clasificación de las MIPYMES:

Capítulo I CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES. Art. 106.- Clasificación de las MIPYMES.- Para la definición de los programas de fomento y desarrollo empresarial a favor de las micro, pequeñas y medianas empresas, estas se considerarán de acuerdo a las categorías siguientes: a.- Micro empresa: Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América; b.- Pequeña empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (US \$ 100.001,00) y un millón (US \$ 1'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América; y, c.- Mediana empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (USD1'000.001,00) y cinco millones (USD5'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América. En caso de inconformidad frente a las variables aplicadas, se estará a lo señalado en el inciso segundo del Artículo 53 del Código de la Producción, Comercio e Inversiones. (Asamblea Nacional, 2010, pág. 188)

La clasificación para el ámbito ecuatoriano es muy precisa y en el caso de discrepancia se tomará en cuenta el valor bruto en ventas. El presente estudio se circunscribe a las empresas medianas ya que su alcance cubre a las empresas cuyo tamaño no exceda de los 199 empleados y sus ventas brutas no superen los \$5'000.000,00.

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo y crecimiento económico. De esta forma las Pymes se relacionan directamente con el desarrollo económico en todas las regiones del país. Si bien al analizar los factores de crecimiento económico se identifican como responsables a las grandes empresas, en realidad los resultados indican que el crecimiento depende en buena medida del desempeño de sus Pymes. Al contar con estructuras más pequeñas es sencillo ajustarse a los requerimientos del mercado y de los clientes, sobre todo, si se trabaja con grandes empresas e igualmente pueden tener un trato más cercano con sus clientes. (EKOS, 2013, pág. 1)

En términos generales, la escasa formalización a nivel de constitución organizativa de las micro, pequeñas

e inclusive medianas empresas es común incluso a nivel latinoamericano, razón por la cual la Organización Internacional del Trabajo (OIT) formuló el Programa de promoción de la formalización en América Latina y el Caribe (FORLAC) en respuesta a la constante preocupación para las sociedades de los países de este ámbito, en especial para las empresas más pequeñas.

Una preocupación constante para diversos gobiernos y actores sociales en América Latina y el Caribe es que el 60% del empleo en las micro y pequeñas empresas en la región es informal. Asimismo, en los países con mejores indicadores en esta materia en la región, alrededor de la mitad de las micro y pequeñas empresas están registradas ante las autoridades fiscales, aunque dicha proporción es bastante menor en muchos otros países. Diversos países han emprendido acciones, iniciativas o políticas para enfrentar esta compleja situación aunque claramente el desafío aun es enorme. Durante la última década América Latina y el Caribe registró un período de crecimiento sostenido que incluso resistió, de buena manera, los embates de la crisis internacional. El desempleo urbano bajó a mínimos históricos de 6,2% en 2013. Sin embargo, la informalidad, aunque también descendió, es persistente y sigue afectando a 47,7% de los trabajadores ocupados. (Organización Internacional del Trabajo, 2014, págs. 1-3)

Mucho se ha discutido sobre las causas de esta situación. Aquí cabe recordar que la informalidad -no solo en el ámbito laboral- es un fenómeno multidimensional donde intervienen diversos factores económicos, estructurales, institucionales y hasta políticos. También inciden fuertemente los procesos de globalización, externalización y subcontratación. A nivel microeconómico, entre los principales determinantes que influyen en la decisión de las empresas de menor tamaño, de operar informalmente se encuentran: “la baja productividad de las micro y pequeñas empresas; la complejidad de procedimientos para el registro de empresas y pago de obligaciones y la reducida fiscalización” (Organización Internacional del Trabajo, 2014, págs. 4-5).

El tema de la informalidad ha generado un amplio debate en la región. Por un lado están quienes ven en este sector unidades con productividad e ingresos bajos. Por otro lado, están quienes lo definen por actuar al margen de la legalidad, sin registros administrativos y legales, y sin pagar impuestos; todo ello asociado, fundamentalmente, a los elevados costos de transacción que, se dice, son generados por las regulaciones del Estado. En la práctica, estos dos tipos de informalidad coexisten y comparten la característica del trabajo precario. (Torres, 2006, págs. 6-7)

Efectivamente, la escasa formalización a nivel legal constituye por sí mismo un detonante para la baja o nula formalización en el ámbito de gestión administrativa y operativa lo cual trae como consecuencias lógicas: un inadecuado manejo de los flujos de efectivo, un deficitario desempeño de los miembros de la organización, un bajo nivel de satisfacción laboral debido a la precarización de las condiciones de trabajo y por ende, impacto en la consecución de objetivos de ventas y expansión en el mercado.

Otra preocupación constante tiene que ver con la mortalidad o cierre de empresas, inclusive de aquellas que ya cumplieron con la formalización de tipo legal, situación que ha sido estudiada en diversos países, cuyas causas dependen de factores tanto endógenos como exógenos. En Colombia y en especial en Bogotá se ha estudiado también el comportamiento y la permanencia en el mercado. A continuación un breve análisis.

El modelo de aprendizaje pasivo de Jovanovic (1982) llega a la conclusión de que, en la medida en que una firma opera durante más tiempo en el mercado, más experiencia adquiere y más eficiente se vuelve, si la firma deja de ser eficiente sus competidores la desplazarán de su lugar en el mercado. Algunos resultados importantes del artículo de Jovanovic están relacionados con el tamaño de la firma y la concentración de la industria, las cuales parecen estar positivamente correlacionadas con la tasa de retorno (...) Por otra parte, el modelo de aprendizaje activo de Ericson & Pakes (1995), podría asociarse con la tendencia a considerar que la menor probabilidad de desaparecer está asociada con un mayor tamaño de la nueva firma y mayores rendimientos. Al respecto, existe abundante literatura que apoya esta tesis al señalar que a mayor tamaño, menos probabilidades de cierre. (Parra, 2011, pág. 30)

Efectivamente, se puede advertir que si las empresas especialmente medianas y grandes llevan en el mercado un tiempo considerable habrán entonces logrado una curva de aprendizaje que les permitió aprender de errores administrativos y operativos en lo que tiene que ver con su estructura interna y sortear las influencias externas relacionadas con políticas públicas, tributarias, legales y de comercio exterior.

Entre las variables microeconómicas asociadas a la firma la de mayor relevancia es el tamaño de la empresa, ampliamente estudiada en la literatura pues (...) permite hacer inferencia acerca del modelo teórico subyacente. Otras variables micro usualmente estudiadas en este tipo de artículos son las financieras, como la rentabilidad, el endeudamiento y la liquidez. Por último, en lo que se refiere a las variables microeconómicas asociadas a la firma, existen otras mucho más específicas como la capacidad de innovación, la publicidad, las estrategias de diferenciación de productos, etc. En síntesis, una revisión exhaustiva de la literatura permite observar que son múltiples las variables que se pueden considerar como los determinantes de la probabilidad de cierre de una firma. (Parra, 2011, pág. 46)

Tal como se observa, el cierre de las empresas responde a diversos factores tanto internos como micro y macroeconómicos, y debido a que no existe empresa igual a otra, el fortalecimiento de sus procesos dependerá en gran medida de su capacidad para lograr y mantener ventajas competitivas que las alejen en lo posible de los escenarios de mayor riesgo que impliquen su salida del mercado.

En particular, si referimos a las pequeñas y medianas empresas (PyMES), representan la principal fuente de empleo en la mayoría de las naciones; sin embargo, el entorno en el que se lleva a cabo la creación y desarrollo de estas organizaciones, normalmente se caracteriza por la incertidumbre, por la constante del cambio y la innovación, la inestabilidad política y económica, y sin lugar a dudas por la cultura que prevalece en sus naciones o regiones, esto complica o imposibilita la gestión de las mismas bajo el enfoque de planificación a mediano y largo plazo (Arroyo, 2005). Normalmente estas entidades manifiestan una serie de errores comunes que terminan con su vida (CONDUSEF, 2013), entre los que se identifican, están: la ausencia de una cultura empresarial, la falta de análisis estratégico, la mala administración, la incompetencia personal, la mala previsión financiera, adquirir deuda sin previsión, la centralización del poder, la ausencia de controles y la falta de planeación. (Pedraza, Verástegui, Delgado, & Bernal, 2015, pág. 252)

Tal como se describe líneas arriba, las debilidades en la gestión empresarial tienen diversos orígenes pero las más importantes tienen que ver con la dinámica estratégica y de procesos internos que para muchas empresas no constituyen un elemento indispensable de su gestión, ya que, muchas de ellas trabajan en y para el corto plazo sin advertir que una adecuada planificación a largo plazo es el verdadero puntal para fortalecerse en el mercado y sobre todo para ser sostenibles en medio de turbulencias políticas, legales y socioeconómicas.

Ahora bien, el caso de las empresas medianas es un tema muy particular, ya que si han llegado a este tamaño significa que sus niveles de ventas se han incrementado con el tiempo y que su curva de aprendizaje ha logrado una considerable madurez. Una de las preguntas del estudio es en analizar si ese nivel de posicionamiento y por lo tanto de utilidad se ha revertido positivamente en la modernización, formalización y seguimiento documentado de sus procesos organizacionales más relevantes.

Aun cuando el tamaño de las empresas implica varias diferencias significativas en cuanto a estructura interna y capacidad para enfrentar los retos del mercado, existe un elemento que, en términos generales, establece lo que las organizaciones deben lograr, precisamente, para mantenerse activas y evitar cierres que impliquen eliminación de valiosas fuentes de empleo. Este componente es la ventaja competitiva que se entiende como la capacidad de las empresas para lograr valores agregados y diferenciación respecto a sus competidores y volverse más atractivos frente a los consumidores. Se trata, entonces, de un esfuerzo grande no solo para crear valor sino sobre todo para mantenerlo a lo largo del ciclo de vida de la empresa. Para ese fin, en 1.985 el padre de la estrategia competitiva moderna, Michael Porter, concibe un modelo fundamentado en la cadena de valor como punto de partida para que las empresas definan y comprendan su estructura interna.

La empresa es un conjunto de actividades cuyo fin es diseñar, fabricar, comercializar, entregar y la venta de su producto (...). La cadena de valor y la forma en que realiza las actividades individuales reflejan su

historial, su estrategia, su enfoque en el establecimiento de la estrategia y la economía en que se basan dichas actividades... Las actividades de valor se dividen en dos grandes grupos: primarias y de apoyo. (Porter, 2015, págs. 48,52)

El conocimiento del funcionamiento de su cadena de valor lleva a la empresa al análisis de sus fuentes potenciales para crear ventajas y por ende, al mejoramiento continuo que implicará distinguirse de sus competidores. Este modelo no implica solamente la explicación de todas las actividades de la organización sino también cómo se interrelacionan entre ellas, es decir, cómo las actividades de apoyo sustentan a las actividades primarias.

Debido a la evolución de las teorías administrativas y la influencia de los diferentes factores del entorno, actualmente se concibe la empresa como un sistema formado por procesos de diversa naturaleza presentes en su cadena de valor: gobernantes (definen la ruta a seguir); sustantivos (cumplen o materializan la misión organizacional) y adjetivos (apoyan y asesoran al resto de procesos), los cuales se encuentra en interacción constante para fomentar el incremento de la calidad, el crecimiento y la sostenibilidad de las instituciones de cualquier tamaño sean públicas, privadas o de economía popular y solidaria.

Luego de revisar la literatura no se detectan estudios a nivel de la ciudad de Quito o el Ecuador sobre el tema específico de formalización administrativa en empresas comerciales medianas que ya se encuentren constituidas legalmente, por lo tanto, esta investigación de campo analizará información primaria sobre los procesos de la cadena de valor organizacional para lograr un diagnóstico que permita comprender la estructura de este tipo de empresas.

En este sentido, el estudio analiza los principales procesos que caracterizan a las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor para medir su nivel de implementación y formalización y considera para ello que “entender y gestionar los procesos relacionados como un sistema contribuye a la efectividad y eficiencia de la organización al lograr sus resultados previstos. Este acercamiento permite a la organización controlar las interrelaciones e interdependencias dentro del sistema para mejorar el desempeño global”. (ISO, 2015, pág. vii)

Es necesario entonces, comprender los elementos internos de una organización comercial a fin de vincularlos con los diversos tipos de procesos organizacionales:

- a. Componente de gestión estratégica, el cual implica la definición del camino a seguir de una forma técnica y realista, junto con las acciones previstas para el corto, mediano y largo plazos (proceso gobernante).
- b. Componente de talento humano, el cual constituye la gestión del talento de personas con aptitudes, habilidades, destrezas, actitudes y valores quienes no solo ejecutan los diversos procesos sino que aportan con sus ideas y propuestas para el mejoramiento organizacional (proceso adjetivo de apoyo).
- c. Componente financiero, que implica la gestión de medios económicos con los que cuenta una organización y le permiten generar operaciones administrativas y de producción para a su vez obtener el nivel de ventas esperado (proceso adjetivo de apoyo).
- d. Componente de compras, el cual constituye el conjunto de actividades de gestión de adquisiciones y relación con proveedores (proceso sustantivo).
- e. Componente de comercialización, que incluye las lógicas de mercadeo, publicidad, venta y servicio posventa para la satisfacción del cliente (proceso sustantivo).

El estudio se focaliza en las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor (excepto vehículos, automotores y motocicletas) correspondiente a la actividad G47 de la CIU manejada por la Superintendencia de Compañías del Ecuador y sus respectivas nueve subactividades, según la base de datos “Ranking” de la mencionada institución. (Superintendencia de Compañías, 2017, pág. 2)

Las subactividades correspondientes al CIU 47 son las siguientes:

G471. Venta al por menor en comercios no especializados

- G472. Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados
- G473. Venta al por menor de combustibles para vehículos automotores en comercios especializados
- G474. Venta al por menor de equipo de informática y de comunicaciones en comercios especializados
- G475. Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados
- G476. Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados
- G477. Venta al por menor de otros productos en comercios especializados
- G478. Venta al por menor en puestos de venta y mercados
- G479. Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados

Se selecciona la actividad G47 debido a que el comercio al por menor es una de las áreas que mayor actividad, desarrollo e impacto ha tenido en los últimos años, especialmente en los sectores urbanos de Quito. Se diagnostica su nivel de formalización sin perjuicio de encontrar casos de empresas que no cuenten con los recursos y conocimientos técnicos para mantener adecuadamente la salud de sus procesos administrativos y operativos; es decir, se observan aún casos sobre informalidad interna, realidad que puede ser encontrada incluso en empresas más grandes.

3. Materiales y Métodos

3.1 Tipo de estudio y método

El estudio es de tipo descriptivo transversal ya que describe el nivel de formalización de las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor al año 2017. Por tal razón, es una investigación aplicada debido a que la recopilación se fundamenta en un estudio de campo de este tipo de empresas.

Dentro de la trayectoria de investigación, el método utilizado es inductivo con base cuantitativa debido a la naturaleza de la información necesaria para la consecución de los objetivos, lo cual implica medir el nivel de formalización de empresas particulares en base a parámetros evidenciables y concretos.

Las hipótesis del estudio son:

Hipótesis tipológica:

Cada una de las empresas medianas analizadas pertenecen a uno de los siguientes niveles de formalización administrativa: bajo, regular, medio, satisfactorio u óptimo.

Hipótesis correlacional:

H₁: A mayor permanencia en el mercado, mayor nivel de formalización de las empresas medianas.

H₀: La permanencia en el mercado no influye de forma directa en el nivel de formalización de las empresas medianas.

3.2 Diseño muestral

Para la comprobación de las hipótesis del estudio se toma en cuenta una población de 215 empresas medianas incluidas en la actividad G47 y sus respectivas 9 subactividades, según consta en la base de datos de la Superintendencia de Compañías.

A continuación se presenta la fórmula de cálculo del tamaño de la muestra para la proporción con población finita (Herrera, 2017, pág. 2):

Z= Nivel de Confianza 95% valor en tablas 1,96

δ = Máxima Varianza 0,5

n= Tamaño de la muestra

N= Población Objetivo

e= Error Muestra 11%

$n = Z^2 * p * q * N / e^2 * N + Z^2 * p * q$

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * N + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 215}{0,11^2 * 215 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

57,97≈58

Es apropiado entonces tomar este tamaño de muestra para inferir la descripción del estudio considerando el teorema de límite central que explica que “a medida que el tamaño de la muestra aumenta, la distribución de medias muestrales se aproxima a la distribución Normal” (Lind & Marchal, 2006, pág. 274). Por lo tanto, se puede asumir a una muestra grande ($n \geq 30$) como aproximada a la distribución normal.

El muestreo es probabilístico y la estratificación implica únicamente las zonas urbanas de la ciudad: 1. Quitumbe; 2. Sur Eloy Alfaro; 3. Centro Manuela Sáenz; 4. Norte Eugenio Espejo y 5. Equinoccial La Delicia.

3.3 Instrumentos de levantamiento de información

Para el efecto se utilizaron las técnicas de investigación bibliográfica y encuesta. Debido a que luego de la revisión de la literatura no se encontraron estudios similares, se procedió a configurar la encuesta según la necesidad del objeto de estudio, siendo por tanto inédita en este ámbito y para validar su aplicabilidad se efectuó un pilotaje inicial. Una vez validado, este instrumento se preparó y aplicó durante los meses de septiembre y octubre del 2017 a los gerentes o propietarios de las empresas quienes dieron su consentimiento para participar. La encuesta incluye una sección sobre el manejo confidencial y estrictamente académico de los datos obtenidos.

A fin de determinar el nivel de formalización de las empresas mencionadas, se plantearon a los gerentes o propietarios los siguientes interrogantes (factores relacionados con los principales procesos de las empresas comerciales) y sus respectivas variables de análisis:

1. Gestión estratégica

- 1.1. Se encuentran declaradas la misión y visión
- 1.2. Dispone de valores corporativos
- 1.3. Dispone de planificación estratégica
- 1.4. Dispone de indicadores de gestión estratégicos

2. Organización y estructura de talento humano

- 2.1. Dispone de Reglamento Interno
- 2.2. Dispone de un organigrama y Manual de clasificación de puestos
- 2.3. Dispone de Manuales de procesos y procedimientos

2.4. Dispone de un canal de comunicación institucional

3. Gestión financiera

- 3.1. Dispone de un presupuesto anual
- 3.2. Dispone de un software o aplicativo contable
- 3.3. Genera reportes financieros para la toma de decisiones
- 3.4. Existe auditoría de estados financieros

4. Gestión de compras

- 4.1. Se realiza calificación de proveedores
- 4.2. Se realiza control de calidad de mercaderías adquiridas
- 4.3. Se realiza control de inventarios
- 4.4. Se efectivizan las políticas de garantía de productos con proveedores

5. Comercialización

- 5.1. Genera presupuestos de ventas
- 5.2. Cuenta con un plan de marketing
- 5.3. Existe seguimiento al cumplimiento de cuotas de ventas
- 5.4. Cuenta con servicio posventa

Cada factor se contesta con sí (la empresa dispone) o no (la empresa no dispone) con una misma ponderación y valor de 1, en base al cual en el caso de contestar sí se asigna el mencionado valor; caso contrario, el valor asignado es 0. El total máximo corresponde a 20 puntos que representaría un 100% de formalización. En base a ello, en la Tabla 1 se determinan los siguientes niveles de formalización tipo escala de Likert:

Tabla 1. Puntaje y equivalencias en nivel de formalización administrativa

Puntaje	Porcentaje de formalización	Rango porcentual de formalización	Nivel de formalización
1	5%	0 - 20 %	BAJO
2	10%		
3	15%		
4	20%		
5	25%	21 - 40 %	REGULAR
6	30%		
7	35%		
8	40%		
9	45%	41 - 60 %	MEDIO
10	50%		
11	55%		
12	60%		

13	65%	61 - 80 %	SATISFACTORIO
14	70%		
15	75%		
16	80%		
17	85%	81 - 100 %	ÓPTIMO
18	90%		
19	95%		
20	100%		

Elaboración y fuente: Los autores

3.4 Procesamiento estadístico de la información

El procesamiento de la información se realiza a través del programa estadístico SPSS lo cual conlleva a la organización de los datos, la generación de descriptivos (tablas de frecuencias, media, moda, promedio, gráficas) respecto al nivel de formalización de las empresas por subactividades, localizaciones geográficas, procesos intentos y el análisis de correlación entre el tiempo de permanencia en el mercado y el nivel de formalización.

4. Discusión y resultados

A continuación se presentan los principales hallazgos del estudio:

4.1. Nivel de formalización total promedio de todas las empresas

Tabla 2. Promedio de porcentaje de formalización

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Porcentaje de formalización	58	30,00	100,00	81,72	20,29
N válido (por lista)	58				

Fuente: Los autores

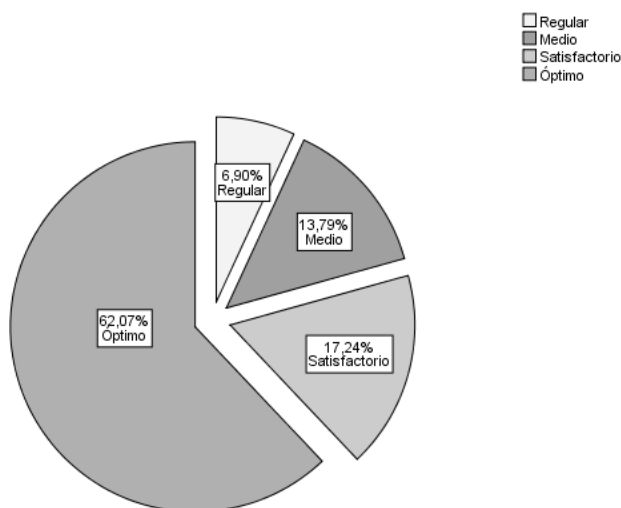
Tal como se puede observar en la Tabla 2, el promedio de formalización de las empresas medianas estudiadas asciende a 81,72% lo cual corresponde a la quinta y máxima escala de formalización administrativa. Si bien es cierto, que el nivel corresponde a la escala superior, el valor promedio se encuentra en el límite inferior de la misma, lo cual significa que aún se advierten debilidades en varios aspectos de los procesos administrativos que se discutirán a continuación. Sin embargo, en términos generales, se advierte que este grupo de empresas han logrado un considerable nivel de madurez interna explicado en gran parte por la necesidad de mantenerse en el mercado lo cual implica tener estructurados sus procesos y operaciones.

Tabla 3. Nivel de formalización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	4	6,9	6,9	6,9
	Medio	8	13,8	13,8	20,7
	Satisfactorio	10	17,2	17,2	37,9
	Óptimo	36	62,1	62,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Los autores

Figura 1. Estructura porcentual del nivel de formalización



Fuente: Los autores

Se puede apreciar tanto en la Tabla 3 como en la Figura 1 que la mayor proporción de empresas medianas alcanzan el nivel óptimo y una siguiente proporción el siguiente nivel de satisfactorio. Al conjugar los dos niveles más altos de la escala se obtiene que llegan al 79,31% de formalización administrativa, lo cual significa que 46 de las 58 organizaciones, es decir, cerca del 80% de los casos, tienen un nivel de formalización relevante.

Las 12 empresas restantes se ubican en los niveles medio y regular con un valor total del 20,69% de formalización, lo cual sería interesante analizar en un estudio posterior ya que el tamaño mediano de una empresa implica fortalecer sus procesos internos precisamente con el objetivo de posicionarse y crecer en el mercado.

Es importante indicar que ninguna de las empresas analizadas tiene un nivel bajo de formalización, lo cual viene a ser lógico ya que si han llegado a crecer hasta convertirse en medianas significa que han cubierto al menos los niveles básicos de documentación y control administrativo y operativo. Se cumple entonces la hipótesis tipológica debido a que cada una de las empresas analizadas se identifican con un nivel concreto de formalización.

4.2 Niveles de formalización por cada una de las nueve subactividades dentro de G47

Tabla 4. Nivel de formalización por subactividades CIU 47

		Nivel de formalización				Total
		Regular	Medio	Satis-factorio	Óptimo	
Sub-actividad CIU G47	G471. Venta al por menor en comercios no especializados	0	0	1	2	3
	G472. Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados	1	1	1	3	6
	G473. Venta al por menor de combustibles para vehículos automotores en comercios especializados	0	1	0	3	4
	G474. Venta al por menor de equipo de informática y de comunicaciones en comercios especializados	0	1	5	10	16
	G475. Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados	0	1	2	2	5
Sub-actividad CIU G47	G476. Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados	1	0	0	0	1
	G477. Venta al por menor de otros productos en comercios especializados	2	4	1	13	20
	G478. Venta al por menor en puestos de venta y mercados	0	0	0	2	2
	G479. Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados	0	0	0	1	1
Total		4	8	10	36	58

Fuente: Los autores

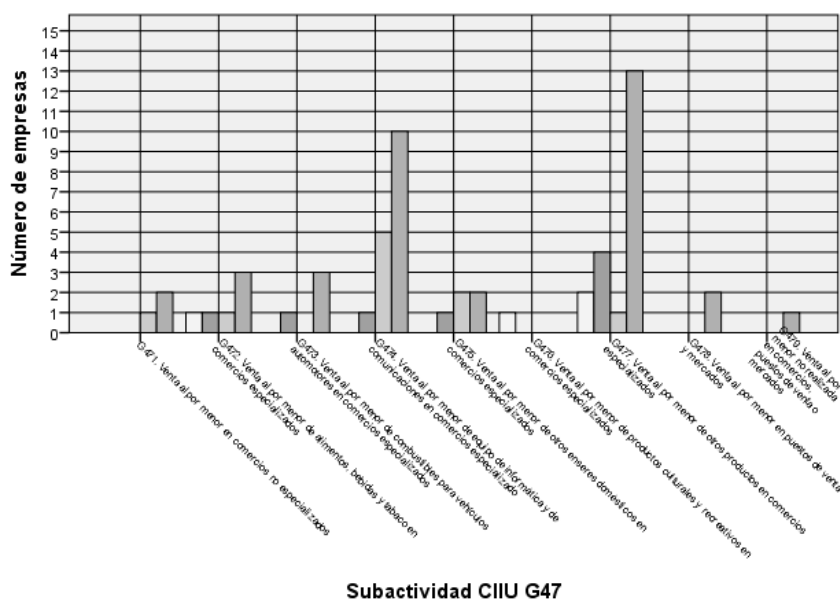


Figura 2. Nivel de formalización por subactividad

Fuente: Los autores

Según se puede advertir en la Tabla 4 y la Figura 2, la mayor cantidad de empresas medianas se concentra en la subactividad G477 Venta al por menor de otros productos en comercios especializados, seguida de la subactividad G474 Venta al por menor de equipo de informática y de comunicaciones en comercios especializados. Ambos grupos de empresas totalizan 36 empresas lo cual significa el 62,1% del volumen analizado.

Tal como se puede observar, el mercado de la venta al por menor especializada y en particular de productos relacionados con las tecnologías de información y comunicación (TICs) se encuentra en expansión en los diversos sectores urbanos de Quito.

Respecto al nivel de formalización, en las diversas nueve subactividades se evidencian distintos resultados; sin embargo, se observa que la mayor parte de las empresas en cada grupo cuentan con un nivel óptimo. En lo que se refiere a las empresas de las subactividades G477 y G474, la mayor cantidad de ellas han logrado un nivel óptimo de formalización lo cual se explica por la necesidad de actualización constante y las exigencias mismas de administrar correctamente grandes volúmenes de inventarios.

Tabla 5. Promedio de nivel de formalización por subactividad

Subactividad CIIU G47	Porcentaje promedio de formalización
G471. Venta al por menor en comercios no especializados	88,33
G472. Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados	75,83
G473. Venta al por menor de combustibles para vehículos automotores en comercios especializados	81,25
G474. Venta al por menor de equipo de informática y de comunicaciones en comercios especializado	85,00

Subactividad CIU G47	Porcentaje promedio de formalización
G475. Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados	77,00
G476. Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados	35,00
G477. Venta al por menor de otros productos en comercios especializados	81,25
G478. Venta al por menor en puestos de venta y mercados	100,00
G479. Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados	90,00
Total	81,72

Elaboración y fuente: Los autores

Considerando que el promedio de formalización del conjunto de empresas estudiadas asciende a 81,72%, en la Tabla 5 se observa que las empresas más formalizadas corresponden a las subactividades G478; G479; G471; G474; G473 y G477 quienes en promedio se encuentran en el nivel óptimo de formalización.

Las empresas de las subactividades G475 y G72 evidencian un nivel promedio de formalización satisfactoria. Finalmente, la subactividad menos formalizada corresponde a la del grupo G476 Venta de productos culturales y recreativos, con un nivel de formalización regular. Sería pertinente en otro estudio analizar las causas de su regular nivel de formalización el cual podría deberse no solo a factores exógenos sino en gran parte a factores endógenos.

4.3 Niveles de formalización por cada uno de los cinco grupos de procesos institucionales

El estudio también analiza el nivel de formalización por cada uno de los factores de análisis (procesos organizacionales) a fin de describir su composición y comportamiento. Considerando que se evaluaron cinco variables con cuatro dimensiones cada una, el máximo total corresponde a 20 puntos, lo cual representa el 100%, porcentaje que implica entonces un 20% para cada una de las cinco variables. A continuación los resultados y el promedio de cada una.

Tabla 6. Promedio de formalización de empresas por variables

	Relación gestión estratégica y subtotal 20%	Relación gestión de talento humano y subtotal 20%	Relación gestión financiera y subtotal 20%	Relación gestión de compras y subtotal 20%	Relación gestión comercial y subtotal 20%	Promedio total
N	Válido 58	58	58	58	58	
Media	15,60	15,78	17,41	17,76	15,17	81,72
Desviación estándar	5,93	5,60	4,42	4,41	6,21	
Mediana	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	
Moda	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	

Fuente: Los autores

Según se puede advertir en la Tabla 6, en todos los componentes analizados el nivel de calificación máxima de 4 puntos en cada uno, correspondiente al 20% del total, es recurrente, de lo cual se desprende que en las diferentes empresas se manejan procesos definidos y documentados. Sin embargo, los componentes tienen diferentes resultados, siendo los más formalizados los que se relacionan con gestión de compras y gestión financiera, lo cual se puede explicar por el constante control de los entes rectores, especialmente el SRI y la Superintendencia de Compañías en aspectos tributarios y societarios. Este proceso adjetivo es vital para la gestión de la empresa, en particular porque de él dependen la salud financiera de la organización y su consecuente permanencia en el mercado. De hecho, las decisiones coherentes y oportunas reducen el riesgo y la fragilidad de las empresas de diverso tipo, lo cual se demuestra en diversos estudios a nivel nacional e internacional. Se encuentran análisis a nivel ecuatoriano; uno de ellos menciona como relevante:

Determinar las empresas en riesgo de ir a la quiebra, primeramente para que los inversionistas identifiquen cómo se comporta el mercado y sepan en qué tipo de actividad es más seguro realizar una inversión; y en segundo lugar para que las empresas analicen las probabilidades de quiebra y elaboren un plan estratégico que ayude a combatirla, trabajando sobre los criterios que permitan comprender qué tan propensa es la empresa a fracasar. Este tipo de estudios permiten conocer cómo se desarrollan las empresas, con qué facilidad rotan sus inventarios, cuáles son sus niveles de liquidez y también, saber cuál es el criterio de relación deuda-capital que esta clase de entidades manejan, a fin de concebir una idea del riesgo al momento de invertir en la actividad. (Cueva, 2017, pág. 3)

Tal como se puede observar, la monitorización de la gestión financiera en las empresas marca la diferencia a la hora de corregir falencias no solo en la presupuestación de las actividades y gestión de recursos sino también en el control del gasto y la inversión. En el caso de las empresas medianas, en términos generales se observa que cuentan con salud financiera para optimizar la utilización de los recursos.

Los procesos menos formalizados y por ende más débiles corresponden a gestión de talento humano; gestión estratégica y gestión comercial. Es interesante observar que la gestión comercial constituye uno de los principales procesos sustantivos de las empresas comerciales y sin embargo, presenta un menor nivel de formalización, lo cual llama la atención debido a que es el fundamento de su actividad. Las mayores falencias de este proceso se encuentran en el diseño y aplicación de un plan de marketing que potencie la presencia de la organización en el mercado y la provisión de servicio posventa, elemento tan necesario y demandado para fortalecer la relación con sus clientes y lograr un incremento en las ventas. Será importante analizar las causas de este menor nivel y generar propuestas de modernización y mejoramiento.

4.4 Niveles de formalización por sectores urbanos

Tabla 7. Nivel de formalización de empresas por sector urbano

		Nivel de formalización				Total
		Regular	Medio	Satisfactorio	Óptimo	
Sector urbano Quito	Quitumbe	0	0	0	2	2
	Sur Eloy Alfaro	1	0	0	1	2
	Centro Manuela Sáenz	2	2	2	8	14
	Norte Eugenio Espejo	1	6	8	20	35
	Equinoccial La Delicia	0	0	0	5	5
	Total	4	8	10	36	58

Fuente: Los autores

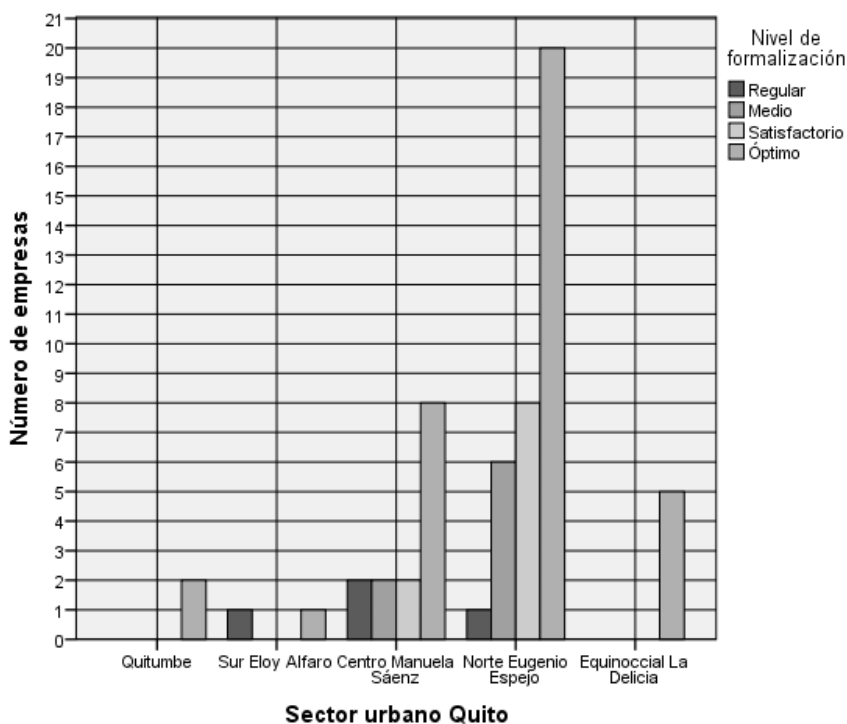


Figura 3. Nivel de formalización por sector urbano

Fuente: Los autores

En la Tabla 7 y la Figura 3 se evidencia que la mayor cantidad de empresas estudiadas se encuentran en la Zona Norte Eugenio Espejo (No.4) y la Zona Centro Manuela Sáenz (No.3) y juntas representan 49 unidades, es decir el 84,5% del total de 58 empresas, lo cual se explica porque estos sectores son los que albergan las mayores zonas comerciales de la ciudad, con una multiplicidad de comercios de alimentos, bebidas, muebles, enseres, combustibles, entre otros productos al detalle.

Tabla 8. Promedio de nivel de formalización por sector urbano

Sector urbano Quito	Porcentaje promedio de formalización
Quitumbe	100,00
Sur Eloy Alfaro	65,00
Centro Manuela Sáenz	79,64
Norte Eugenio Espejo	80,43
Equinoccial La Delicia	96,00
Total	81,72

Fuente: Los autores

Considerando que el promedio general de formalización alcanza el 81,72%, en la Tabla 8 se observa que las zonas urbanas con empresas de mayor formalización corresponden a la Zona Quitumbe, Zona Equinoccial La Delicia y Norte Eugenio Espejo. Por otro lado, las zonas de menor formalización son Centro Manuela Sáenz y Sur Eloy Alfaro. Sería importante en estudios posteriores analizar su composición y determinar los factores que inciden en sus problemáticas internas e impedimentos para alcanzar un mayor nivel de modernización.

4.5 Correlación entre la permanencia en el mercado y nivel de formalización

El estudio también pretende determinar la relación que existe entre la antigüedad de las empresas y su nivel de formalización bajo el supuesto de que a mayor permanencia en el mercado la empresa habrá alcanzado una mayor formalización en sus procesos internos. Del total de 58 empresas estudiadas, la más joven cuenta con 4 años y la más antigua con 130 años. El promedio de permanencia en el mercado es de 22 años.

Tabla 9. Correlaciones

		Años en el mercado	Nivel de formalización
Años en el mercado	Correlación de Pearson	1	0,032
	Sig. (bilateral)		0,811
	N	58	58
Nivel de formalización	Correlación de Pearson	,032	1
	Sig. (bilateral)	,811	
	N	58	58

Fuente: Los autores

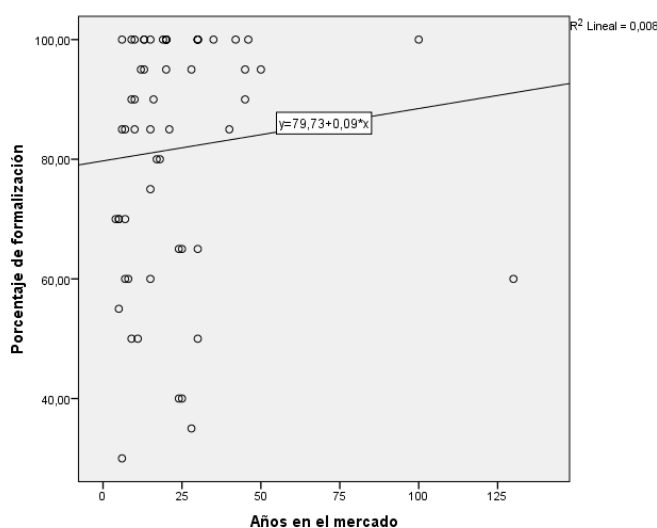


Figura 4. Dispersión permanencia en el mercado y nivel de formalización

Fuente: Los autores

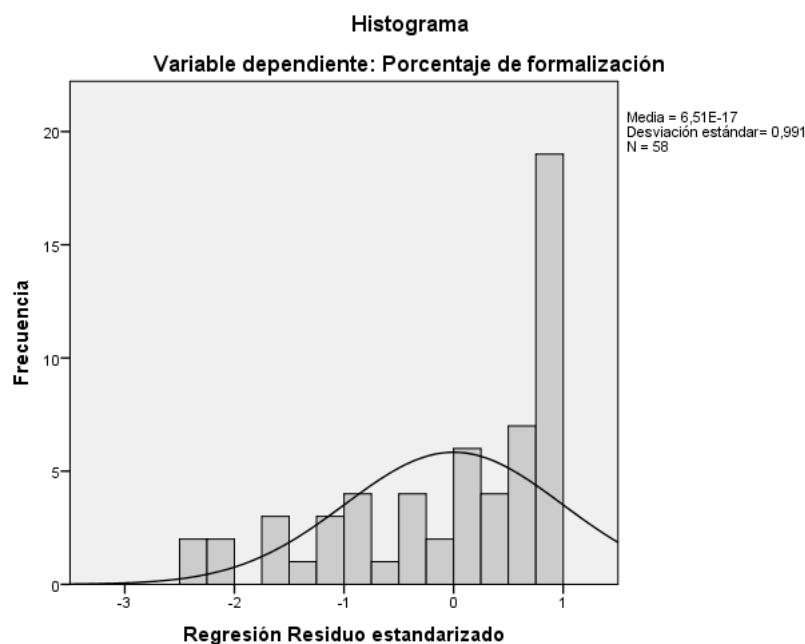


Figura 5. Distribución permanencia en el mercado y nivel de formalización

Fuente: Los autores

En base a los datos obtenidos y expuestos en la Tabla 9 complementados con las Figuras 4 y 5 se observa que la correlación es baja ya que alcanza apenas 0,032, lo cual quiere decir que no necesariamente las empresas de menor antigüedad son menos formalizadas.

Ello implica que la variable independiente tiempo en el mercado en relación con la variable dependiente nivel de formalización no genera un impacto o efecto directo.

Se acepta entonces la hipótesis nula respecto a que la permanencia en el mercado no influye de forma directa en el nivel de formalización de las empresas medianas.

Este comportamiento que se evidencia en el presente estudio sirve para realizar en lo posterior investigaciones más profundas y generar proyectos de vinculación para apoyar el incremento de formalización de las empresas de cualquier edad y en particular de aquellas que se inician en el mercado.

5. Conclusiones y recomendaciones

El estudio evidencia que todas las empresas analizadas cuentan con un nivel específico de formalización y considerando que el promedio de formalización corresponde a 81,72%, se concluye que las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor CIU G47 en las parroquias urbanas de la ciudad de Quito tienen un nivel óptimo lo cual se explica por el hecho de que el mercado se ha vuelto aún más competitivo y les exige modernizar sus estructuras internas hacia un mejoramiento continuo de sus procesos y productos. Las empresas estudiadas tienen un nivel de formalización que oscila entre óptimo y regular, y es necesario destacar que ninguna de ellas tiene un nivel de formalización bajo, lo cual se justifica por la circunstancia de que al ser mediana necesariamente debe haber logrado un nivel mínimo de modernización para ser competitiva y afrontar los retos del mercado.

Las empresas menos formalizadas corresponden a las actividades G475. Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados; G472. Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados y G476. Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados, por lo cual sería importante lograr a futuro nuevos hallazgos respecto a las

causas de su menor nivel de formalización, el cual puede deberse a factores internos o bien propios del mercado.

Por otro lado, los procesos organizacionales más formalizados son los que tienen que ver con gestión de compras y gestión financiera por ser empresas privadas cuyo objetivo es maximizar el rendimiento, lo cual se explica por la constante vinculación de los entes de control, especialmente el SRI y la Superintendencia de Compañías en aspectos tributarios y societarios. Por el contrario, los procesos menos formalizados y que presentan mayor debilidad corresponden a gestión de talento humano; gestión estratégica y gestión comercial, posiblemente porque no encuentran trascendental incurrir en costos para formalizar estos procesos y por ello aún se detectan debilidades a nivel gobernante, adjetivo e incluso sustantivo.

Se concluye que no existe una vinculación directa entre la permanencia o antigüedad de las empresas y su nivel de formalización ya que se observan organizaciones que, si bien, tienen más de 50 años en el mercado, aún no logran modernizar plenamente su estructura interna. Por el contrario, existen empresas que trabajan pocos años en el mercado y sin embargo han logrado un notable nivel de formalización precisamente ante la necesidad de fortalecer sus ventajas competitivas y lograr una mayor cuota de participación.

De este análisis se puede inferir la necesidad que tienen las empresas medianas de los sectores urbanos de Quito de ser asesoradas para su incrementar su formalización, tomando en cuenta que el tiempo en el mercado no es un factor determinante para que su formalización sea total.

Se recomienda a las empresas medianas, especialmente aquellas de nueva data, fortalecer sus procesos especialmente en las áreas que presentan mayores debilidades, es decir gestión estratégica, gestión de talento humano y en particular gestión comercial por ser de giro de negocio y por tanto el proceso que por excelencia genera el flujo de ingresos en este tipo de organizaciones. Este fortalecimiento permitirá sentar las bases para la transición hacia el tamaño grande.

Por otro lado, se recomienda a la academia participar activamente con un mayor número de programas de vinculación con la sociedad y acercarse a las empresas en particular comerciales para ofrecerles proyectos y programas de educación continua para mejorar sus procesos organizacionales y mantenerse constantemente actualizados en términos de conocimientos técnicos y legales.

Finalmente, también se recomienda a los diferentes gremios empresariales para que involucren a sus empresas en planes no solo de contactos comerciales y capacitación, sino también, de acceso a crédito con el fin de expandir sus negocios, lo cual redundará en el fortalecimiento de sus procesos internos.

6. Agradecimientos

La totalidad del estudio se preparó y ejecutó con el uso de fondos privados de los investigadores. Los autores del estudio manifiestan su agradecimiento a la Universidad Central del Ecuador por el apoyo metodológico en los diversos proyectos de investigación.

Referencias bibliográficas

- Asamblea Nacional, E. (2010). *Reglamentos del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito, Ecuador.
- Asamblea Nacional, E. (2015). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)*. Quito, Ecuador.
- Cueva, D. (octubre de 2017). Análisis de fragilidad para conseguir la viabilidad de empresa y evitar la quiebra. (U. Universidad Técnica Particular de Loja, Ed.) (35).
- EKOS. (5 de octubre de 2013). *El portal de negocios: PYMES: Contribución clave en la economía*. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de www.ekosnegocios.com: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1229>
- Herrera, D. (2017). *www.cedicaped.com*. (Cedicaped, Ed.) Recuperado el 12 de agosto de 2017, de <http://cedicap.ailosabe.com/PDF/C%C3%A1lculo%20del%20tama%C3%B1o%20de%20la%20muestraP.pdf/PDF/C%C3%A1lculo%20del%20tama%C3%B1o%20de%20la%20muestraP.pdf>
- ISO. (2015). *Norma Internacional ISO 9001:2015. Requerimientos del sistema de calidad* (Quinta ed.). Suiza: ISO.
- Lind, D., & Marchal, W. (2006). *Estadística aplicada a los negocios y la Economía* (Décimotercera ed.). México: McGraw-Hill.
- Organización Internacional del Trabajo, O. (2014). *Políticas para la formalización de las micro y pequeñas empresas*. Director Regional para América Latina y el Caribe, Lima.
- Parra, J. (2011). Determinantes de la probabilidad de cierre de nuevas empresas en Bogotá. *Revista Facultad Ciencias Económicas*.
- Pedraza, N., Verástegui, J., Delgado, G., & Bernal, I. (2015). Prácticas de liderazgo en empresas comerciales en Tamaulipas (México). *Revista Facultad Ciencias Económicas*.
- Porter, M. (2015). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un rendimiento superior*. México: Grupo Editorial Patria.
- Superintendencia de Compañías, E. (2017). *Ranking de empresas*. (S. d. Ecuador, Ed.) Recuperado el 14 de julio de 2017, de www.supercias.gob.ec
- Torres, M. (2006). *Mipymes*. (O. Organización de los Estados Americanos, Ed.) Recuperado el 2 de julio de 2017, de <http://www.oas.org/ddse/mipymes/documentos/Documento%20base.pdf>
- Varela, G. (1995). *La teoría de la sociedad de Niklas Luhmann*. (D. d. Metropolitana, Ed.) Recuperado el 5 de mayo de 2017, de <http://www.sociologicamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/686>

Carla D. Ojeda Zambrano
Jairo A. Gutiérrez Burbano
Luis F. Córdova Ballesteros

DIAGNÓSTICO DE LA FORMALIZACIÓN ADMINISTRATIVA DE LAS EMPRESAS
MEDIANAS DEDICADAS AL COMERCIO AL POR MENOR EN QUITO



INCIDENCIAS DEL PROCESO DE PAZ EN EL MERCADO ACCIONARIO DE LA BOLSA DE VALORES DE COLOMBIA PERIODO 2012 - 2016

PEACE PROCESS INCIDENTS IN THE STOCK MARKET OF COLOMBIAN STOCK EXCHANGE PERIOD 2012 - 2016



John F. Escobar Gómez¹
jhescobar@uniminuto.edu

Resumen

En Colombia el proceso de paz con las denominadas “Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército del Pueblo” marcan un hecho histórico después de varios intentos y acercamientos, aun cuando los logrados con otros grupos guerrilleros no tuvieron los alcances en el contexto del mercado valores. Los acontecimientos reviven las experiencias de países que durante el tiempo de las negociaciones presentaron variaciones en sus indicadores económicos.

Con un enfoque mixto se identifica los eventos más relevantes en relación con las fluctuaciones del mercado accionario de la Bolsa de Valores de Colombia, entre los hallazgos está la variación bajista en la gran mayoría de las empresas que listaron el día después del plebiscito y el día de la firma del acuerdo de paz, en especial algunas empresas del sector bancario, no obstante, el proceso de paz es una necesidad económica y social reflejados en la recuperación del tejido social, el crecimiento y desarrollo del mercado financiero.

Palabras Clave: Colombia, conflicto armado, proceso de paz, bolsa de valores, mercado accionario.

Abstract

In Colombia the peace process with the called Revolutionary Armed Forces of Colombia (FARC) El Ejercito del Pueblo- make a historical fact after several attempts and approaches, even though those achieved with other guerrilla groups did not have the scope in the context of the stock market. The events revive the experiences of countries that during the time of the negotiations presented variations in their economic indicators.

With a mixed approach, it identifies the most relevant events in relation to the stock market fluctuations of the stock exchange in Colombia, among the findings is the bearish variation in the vast majority of companies that listed the day after the plebiscite and on the day of the signing of the peace agreement, especially some companies in the banking sector. However, the peace process is an economic and social necessity that are reflected in the recovery of the social tissue, the growth and development of the financial market.

Keywords: Colombia, armed conflict, peace process, stock exchange, stock market.

Código JEL: E44, E22
Código DOI: 10.25097/rep.n27.2018.03

¹ Docente investigador Grupo de investigación GICEA
Corporación Universitaria Minuto de Dios seccional Bello Colombia Cra. 45 N.22D 25 <https://orcid.org/0000-0002-8367-2843>

1. Introducción

Desde la década de los años sesenta Colombia ha vivido una guerra interna por grupos al margen de la ley, en particular, con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército del Pueblo, que después de varios intentos fallidos consolidó un proceso de negociación desde agosto del año 2012 hasta finales del 2016.

La investigación se inicia recordando los procesos de paz de Irlanda de Norte, Filipinas, Sudáfrica, Angola, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, entre otros países, que pactaron con los principales grupos guerrilleros cerrar un ciclo de conflicto interno.

Sin duda, realizar un acuerdo trae consigo riesgos e incertidumbres con dinámicas que generan expectativas económicas en particular las empresas que cotizan en bolsa.

Con un enfoque mixto, alcance descriptivo y diseño longitudinal se relaciona los eventos más destacados del proceso de paz y su información fundamental en las variaciones del mercado de renta variable, que a través de la plataforma de negociación y el simulador de inversión de la Bolsa de Valores, se consigue identificar el comportamiento de las compañías del sector financiero que fueron las de mayor incidencia, previo rastreo histórico en las diferentes ruedas de negocios reflejadas en el comportamiento de las acciones más liquidas de la bolsa colombiana, ponderadas por su capitalización bursátil (COLCAP).

Dentro de este marco de referencia, fueron muchas las variables que influyeron en la desaceleración económica con fluctuaciones bajistas en la bolsa, aun así, el proceso de paz propicio beneficios a nivel social, económico y financiero, como el crecimiento del portafolio de inversión que han tenido las entidades bancarias en el contexto local e internacional, además la participación de nuevos socios al Mercado Integrado Latinoamericano.

2. Revisión bibliográfica

2.1 Proceso de paz y variaciones de la Bolsa de Valores de Colombia

Colombia es uno de los países con mayores niveles de desigualdad del mundo, por lo que, quien se “alza en armas” fundamenta su actuar en una injusticia social y quien es de un partido de oposición y un movimiento social, lo hace porque concibe que hay una situación de injusticia e indignidad (Mínguez, 2015).

Un país con un largo historial de negociaciones de paz: por lo menos cincuenta y seis intentos que se extienden desde 1813, entre Antonio Nariño y Camilo Torres, hasta los más recientes con el Movimiento 19 de abril M-19. Este último, fue el primer grupo guerrillero en firmar un acuerdo el 9 de marzo de 1990 un año después, con el movimiento armado Quintín Lame con resultados de reforma constituyente, participación política y nuevas dinámicas macroeconómicas y empresariales.

Pasaron más de veinte años para que Colombia concrete otro acuerdo de paz, en esta ocasión, con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército del pueblo (FARC-EP), acción que después de varios intentos concretó en el año 2012, una agenda común con el gobierno colombiano, firmando un acuerdo el 27 de septiembre del 2016 y uno definitivo el 24 de noviembre del mismo año, para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera.

Según el estudio de la Universidad de Uppsala de Suecia la mayoría de los conflictos armados nacieron entre los años setenta y noventa: 117 países lo han vivido de los cuales 36 lo han terminado, 31 de ellos con acuerdo de paz y 5 con victoria militar, de los 31 se cruza con datos de la matriz construida por *Kroc Institute* de la Universidad de Notre Dame en Estados Unidos, obteniendo una última muestra de 18 países con variables similares a los vividos en Colombia.

Como resultado, algunas naciones son ejemplo para el proceso de paz colombiano, siendo el de Irlanda

del norte y el sur de Filipinas de los más largos. En particular, el conflicto político y religioso de Irlanda ha afectado a la sociedad y a la economía de la región periférica de Reino Unido y fue hasta 1998 cuando el Ejército Republicano Irlandés (IRA) entregó las armas y creó un acuerdo entre los gobiernos irlandés y británico, en el cual católicos y protestantes comparten el poder (Fernández, 2016).

En el sudeste asiático, sur de Filipinas, el conflicto armado comenzó a finales del siglo pasado con el Frente Moro Islámico de Liberación (MILF), las partes lograron alcanzar un acuerdo en el año 2012 y es considerada una de las guerras civiles más largas y persistente del territorio. Sin embargo, el crecimiento económico del país filipino en el año 2007 fue del 7,3 %, el más alto en casi treinta años, la mayoría de los sectores principales contribuyeron con el 56 % del aumento siendo la demanda, el consumo y la inversión los más representativos (Bird & Hill, 2009).

Por su parte el proceso de paz sudafricano se caracterizó por problemas de gobernabilidad. El país sufrió, a finales de los ochenta, una crisis económica y de discriminación racial, y fue a partir de 1991 cuando se puso en marcha un Acuerdo Nacional de Paz. Transcurridos cuatro años de negociación, se realizaron las primeras elecciones democráticas que llevaron al poder al Congreso Nacional Africano de Nelson Mandela, quien marcaría el fin del prolongado y violento conflicto político generado por el sistema de segregación racial o *apartheid*.

Otro de los países africanos es Angola, marcado por varios procesos de paz con múltiples grupos que han actuado al interior del territorio, conflictos que van desde 1975, y, aun así, es uno de los países más ricos en explotación de minerales. El petróleo y los diamantes representaron en la década de los noventa, casi la totalidad de las exportaciones oficiales y el 80% de los ingresos gubernamentales. Sin duda las riquezas naturales de Angola desempeñan un papel trascendental en el conflicto y son instrumento para que los diferentes grupos angoleños ejerzan el poder en dicha nación (Devia & Leguizamón, 2014).

En la región de Centroamérica los países de El Salvador con la guerrilla del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), Guatemala con la Unidad Revolucionaria Nacional (URNG) y Nicaragua con los Frente Sandinistas de Liberación vivieron guerras civiles que generaron rupturas en el tejido social y devastaron sus economías. Los acuerdos de paz se firmaron en la década del noventa con reformas constitucionales, creando una asamblea permanente de la sociedad civil y una comisión de la verdad.

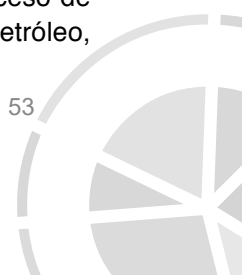
Si bien los procesos de paz que se han realizado en diferentes países del mundo en especial en Irlanda, Guatemala y el Salvador fueron lentos, lo son por el tiempo requerido para la acumulación de la masa crítica y no necesariamente por el tiempo de la negociación sustantiva de unos pocos años (Bejarano, 2016).

En Colombia fueron cuatro años de desaceleración económica caracterizada, en particular, por la vulnerabilidad a factores internacionales, como la volatilidad de los precios de hidrocarburos, la tasa de cambio, los bajos precios de las materias primas, el déficit en la balanza comercial y otras variables macro económicas que influyeron en el mercado accionario de la Bolsa de Valores de Colombia (BVC).

La BVC es un establecimiento mercantil, de carácter privado, constituido como sociedad anónima, un aliado estratégico del sector financiero y bursátil que administra los sistemas de negociación y registro de los mercados de acciones, renta fija, derivados, divisas y servicios de emisores. Además, participa en toda la cadena de valor de la industria bursátil en el Depósito Centralizado de Valores (DECEVAL), la Cámara de Riesgo Central de Contraparte (CRCC) y en la Cámara de Compensación de Divisas (CCDC).

Por lo tanto, la rentabilidad de los instrumentos financieros en la BVC, es el resultado de los beneficios en las utilidades obtenidas por las empresas en las cuales se invierte, así como las variaciones en los precios de los valores, dadas por las condiciones existentes en el mercado. Tal es el caso de la inversión en moneda extranjera que depende del valor futuro de la tasa de cambio nominal, esta se determina por las expectativas de los inversionistas, las cuales, a su vez, se basan en diferentes tipos de información estimulando la demanda y su precio (Ariza & Cardena, 2014).

En consecuencia, el comportamiento económico de Colombia durante los cuatro años del proceso de paz se ha caracterizado por las fluctuaciones del PIB, influenciados por la caída del precio del petróleo,



la tasa de cambio, el déficit de la balanza comercial, la inflación en el año 2016 y las alzas de las tasas de interés del Banco de la República incidieron en los instrumentos financieros en especial en el mercado accionario. Variables que han generado en los empresarios inconformidad con la política económica, entre otras por el proceso de paz con la campaña del “no” y la reforma tributaria (García & Chicaiza, 2018).

Sin duda, el conflicto armado en Colombia, como en muchos otros países, ha afectado los diferentes sectores económicos, los ataques terroristas han impactado por muchos años la productividad y el comercio. Un cese del fuego genera grandes expectativas: en lo legal con la jurisdicción especial para la paz, en lo político con la participación de la Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común, en lo social con los compromisos pactados y en los gremios empresariales y financieros en seguridad e inversión, tanto local como internacional.

En todo caso, la desconfianza de las negociaciones y el no del plebiscito representó costos adicionales en la legitimidad del acuerdo, aun así con dificultades en su trámite, fue refrendado en el Congreso con un procedimiento legislativo especial conocido como *fast track*. De hecho, lejos que la firma de la paz signifique el inicio de una nueva etapa para el país, las elecciones legislativas y presidenciales del 2018 prometen convertirse nuevamente en una disputa alrededor del conflicto armado (Rodríguez, 2017).

A continuación, se relacionan los eventos más relevantes en los cuatro años de negociación.

Tabla 1. Cronología de los momentos más destacados del proceso de paz

Año	Mes – Día	Eventos
2012	Agosto 26	Delegados del Gobierno y las FARC suscriben en La Habana el llamado Acuerdo general para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera.
	Noviembre 19	La FARC declara un alto al fuego unilateral entre el veinte de noviembre y el veinte de enero de 2013.
2013	Mayo 26	El Gobierno y las FARC anuncian el primer acuerdo de la agenda de negociación en el punto de tierras y desarrollo rural.
	Noviembre 6	Las partes anuncian el segundo acuerdo de la agenda para la participación política del grupo guerrillero.
2014	Mayo 16	El Gobierno y las FARC llegan a un acuerdo sobre narcotráfico y cultivos ilícitos, tercer tema de la agenda.
	Diciembre 20	Inicia un cese del fuego unilateral e indefinido de las FARC.
2015	Junio 4	Las partes acuerdan la creación de una Comisión de la Verdad, que se pondrá en marcha cuando se firme la paz.
	Septiembre 23	El presidente de Colombia se reúne en La Habana con el líder de las FARC en donde acuerdan que la paz se firmará a más tardar el veinte tres de marzo de 2016.
	Diciembre 15	Los negociadores del Gobierno y las FARC firman en La Habana el acuerdo sobre víctimas del conflicto, que incluye un sistema integral para la reparación, justicia, verdad y garantías de no repetición.
2016	Marzo 23	El jefe negociador de paz del Gobierno anuncia que en el momento subsisten diferencias importantes con la guerrilla de las FARC sobre temas de fondo, por lo cual no se pudo firmar el acuerdo final de paz en el día que estaba previsto.

Año	Mes – Día	Eventos
	Junio 22	El Gobierno de Colombia y las FARC llegan a un acuerdo sobre el fin del conflicto, enmarcado en el punto tres, garantías de seguridad para los guerrilleros que se desmovilicen, zonas de ubicación y desmonte del paramilitarismo.
	Agosto 24	Los negociadores del Gobierno de Colombia y de las FARC firmaron en La Habana el acuerdo de paz, aunque falta la firma protocolaria del presidente de la república y comandante del grupo guerrillero.
	Agosto 25	El presidente Juan Manuel Santos entrega el acuerdo al Congreso y anuncia el cese del fuego bilateral y definitivo, lo que significa que se acaba la confrontación armada con las FARC.
	Septiembre 26	El Gobierno de Colombia y las FARC sellarán en un acto protocolario en la ciudad de Cartagena el acuerdo final para la terminación del conflicto.
	Octubre 2	La mayoría de los votantes colombianos rechazaron el acuerdo con las FARC, el plebiscito fue ganado por el no.
	Noviembre 12	El Gobierno y las FARC alcanzan un nuevo acuerdo de paz con propuestas de partidarios del no.
	Noviembre 24	Se firma un nuevo acuerdo de paz el cual fue ratificado semanas después en el Congreso colombiano.

Fuente: CNN

Elaboración: El autor

El cuadro anterior muestra un resumen cronológico del proceso de paz el cual no fue determinante en el comportamiento de la BVC, excepto en el año 2016 que se registraron niveles altos de volatilidad de los mercados internacionales, esta vez asociados al Brexit (salida del Reino Unido de la Unión Europea), los resultados electorales en Estados Unidos, el referendo de paz y la reforma fiscal en Colombia influenciaron la variación del mercado accionario local, en especial el sector financiero que ha sido el mayor dinamizador y el de mejor desempeño.

En Colombia las variaciones del PIB fueron del 4.6 % en el 2014, el índice más alto durante el proceso de negociación, y el más bajo con el 2.0 % en el 2016, año en que se firmó el acuerdo de paz.

Tabla 2. Indicadores macro económicos

Año	2012	2013	2014	2015	2016
PIB	4.0%	4.3%	4.6%	3.1%	2.0%
Inflación	2.4%	1.9%	3.7%	6.8%	5.8%
Tasa de intervención B.C	4.2%	3.2%	4.5%	5.7%	7.5%
Divisas en billones	USD 257	USD 270	USD 276	USD 275	USD 283
Tasa de cambio	\$1.768	\$1.926	\$2.392	\$3.149	\$3.000
Capitalización bursátil (milesde millones)	455	438	411	311	310

Fuente: República y DANE

Elaboración: El autor

En la tabla se observa un comportamiento económico con fluctuaciones crecientes del PIB del 2012 al 2014 y decrecientes en los dos años siguientes debido en gran parte por la caída del precio del petróleo referencial Brent, sumado a otros factores como la tasa de cambio y el déficit en la balanza comercial que conllevaron a empeorar el balance fiscal del gobierno. La inflación del año 2016 y las alzas de las tasas de interés del Banco de la República, ocasionaron sustitución en los instrumentos financieros en particular los de renta variable.

De acuerdo con cifras del Banco Mundial Colombia, en proporción a su PIB, es uno de los países latinoamericanos con mayor inversión militar, el rubro destinado para defensa y seguridad en el Presupuesto General de la Nación es de \$22 billones anuales, que conlleva a un gasto alrededor de \$330 billones en los últimos 15 años, antes de la firma del acuerdo de paz. A lo anterior se suma \$9 billones anuales en víctimas que, según el Departamento Nacional de Planeación, 2016, implica que el gasto neto de ingresos pueda ser inferior al 0,7 % del PIB.

Con el acuerdo de paz y el pos conflicto la balanza de bienes y servicios crecería entre el 3 % y 6 % en cinco años, el comercio lo haría entre 10 % y 15 %, el riesgo país se incrementaría alrededor de 4 puntos, la inversión extranjera directa (IED) aumentaría entre 40 % y 50 %, el crecimiento del PIB anual estaría 1 o 2 puntos porcentuales por encima del actual y el gasto militar disminuiría al 10 % como porcentaje del PIB (Ruiz & Gil 2016).

En este sentido, si Colombia hubiera logrado la paz desde 1988 y comparándolo con Chile que es el país suramericano que cuenta con el PIB per cápita más alto de la región, se calcula que este habría crecido en un promedio al año del 6.9 %, lo que le hubiera permitido alcanzar a Chile en cinco años. Sin embargo, hoy el país tiene menos de la mitad del per cápita de Chile debido, en gran parte, al costo del conflicto en más de veinte años (Portafolio 2016).

Por su parte, el Departamento Nacional de Planeación (2015) entidad técnica que impulsa la visión estratégica de Colombia en los campos social, económico y ambiental, dio a conocer a través de su director y equipo asesor que al cierre del conflicto con la FARC habrá una mayor confianza en el país, aumentando la inversión interna y externa reflejada post acuerdo.

Análisis realizado de los dividendos económicos de la paz con un crecimiento del PIB entre 1,1 y 1,9 puntos porcentuales adicionales, comparación realizada entre 18 países que han firmado acuerdos y sus variables macro económicas. Como resultado la confianza de los empresarios será el principal dividendo de la paz, aumentando la tasa de inversión y el consumo de los hogares en el primer año de haberlo firmado, así mismo, la inversión extranjera y la capacidad exportadora del país. (Gaviria, Mejía, Piraquive, Cifuentes, López & Parra 2015)

Según Lancheros, 2015, los dividendos de la Paz varían de acuerdo al país, un estudio muestra una comparación hecha entre Costa Rica y Nicaragua, destacando este último, un crecimiento inferior al 2 % en su PIB con respecto al primero.

Se entiende por dividendo de paz el ahorro fiscal que podría obtener un país al finalizar un conflicto armado, reduciendo su gasto en la fuerza pública. Colombia, en particular, debe prepararse para reforzar en doble medida su presupuesto en el gasto policial urbano, esto explicado en gran medida, por el efecto avispero observado en algunos países de Centroamérica.

Así el gobierno tenga todas las buenas intenciones de cumplir a su ciudadanía y a las víctimas del conflicto, llevar a cabo la implementación de lo acordado será limitado dado el presupuesto con el que cuenta el país.

Según estudios de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras ANIF (2016) el proceso de paz y post acuerdo no le proporcionarían a la economía colombiana una reducción de las asignaciones presupuestales de la fuerza pública, en la medida en que la sociedad tenga una transición gradual de un estado de guerra a un estado de paz, la sociedad civil, los gobiernos y las autoridades legales se verán debilitadas por las divisiones internas, las carencias de recursos, la fragilidad organizativa y las percepciones generalizadas en cuanto a temas de ilegitimidad.

Ciclos económicos que se ven influenciados por los movimientos de diferentes sectores, los cuales son marcados por tendencias que hacen que varíen según el impacto de agentes externos, conllevando en el mercado a que se acelere o se detenga el crecimiento de un país o su recesión (Congreso Internacional de Riesgo Financiero, 2017).

Llama la atención la devaluación del peso frente al dólar a partir del 2014, la disminución en la capitalización bursátil, la incertidumbre presentada en el desempeño de la economía China entre otros factores que ha generado un impacto negativo sobre las decisiones de inversión en las economías emergentes, sumado al debacle financiero de la comisionista de bolsa más grande de Colombia INTERBOLSA S.A por el “repos” de FABRICATO y COLTEGER, la poca credibilidad que ha tenido las FARC-EP, las disidencias y los beneficios acordados, variables todas estas que han influenciado en el comportamiento del mercado accionario en especial la participación de nuevos emisores en la BVC.

Emisores que en el año 2012 eran 84, gradualmente ha disminuido a 70 a finales del 2016 donde se han eliminado de la lista empresas como ISAGÉN y TABLEMAC mientras ODINSA y VALOREM están en el mismo proceso. También lo hicieron varias empresas comisionistas pasando de 29 sociedades a 21.

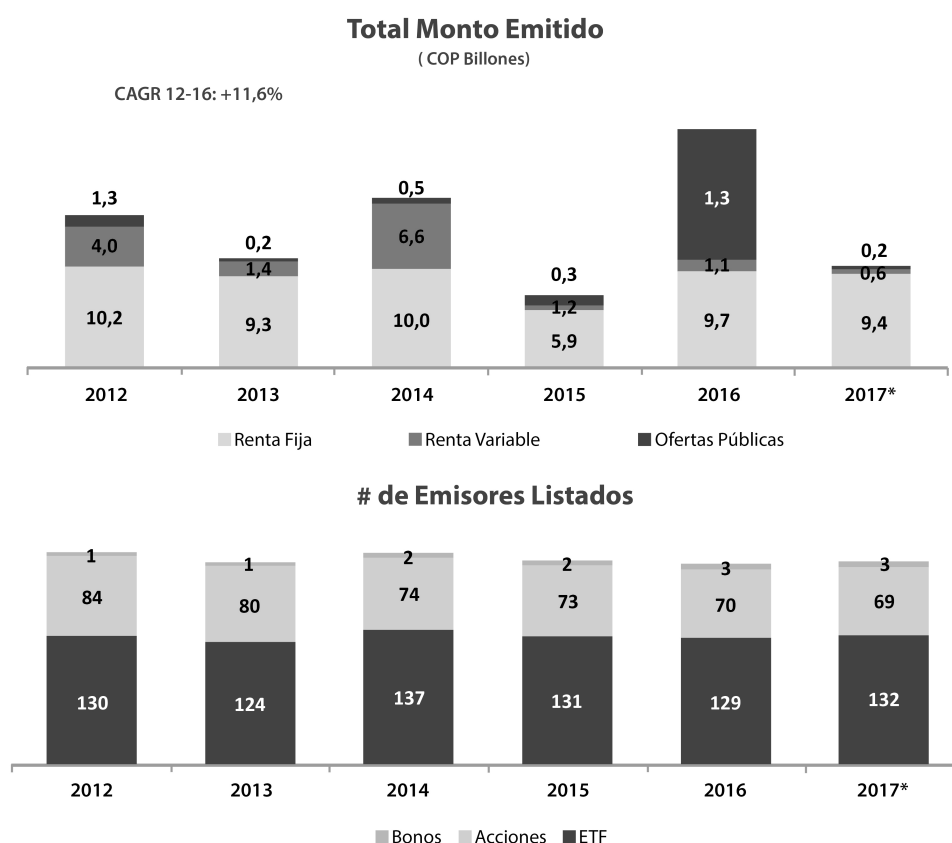


Figura 1. Emisores BVC

Fuente. Presentación corporativa BVC 2017

Como se observa los emisores y los montos en el mercado accionario han venido disminuyendo desde el año 2012, las bajas valorizaciones, la caída de INTERBOLSA y la situación política del país conllevaron a que las personas naturales perdieran confianza en el mercado local, los emisores en general han tenido una mirada cauta de los mercados sobre todo en los indicadores de renta variable.



Figura 2. COLCAP 2012 – 2017

Fuente. Plataforma BVC

En la gráfica del índice COLCAP se indica que finalizando el año 2012 comienza su tendencia bajista, no logrando recuperarse hasta mediados del año 2014 donde toca la línea de resistencia, pero no logra sobrepasarla y se convierte en un máximo local antes de una fuerte caída que se extiende hasta finales del año 2015 con fluctuación moderada, donde aparece la figura “hombro cabeza hombro” que demuestra un cambio de tendencia en este caso de bajista con una pendiente alcista muy pronunciada a inicios del año 2016.

En el 2014 el valor de las acciones bajó 14%, al año siguiente el retroceso fue de 5.8 %, mientras unos compraban otros salían de las acciones debido a la necesidad de liquidez o porque temían que los precios sigan descendiendo, evitando un mayor deterioro en sus patrimonios.

El 2015 fue un año muy volátil para los mercados, durante el mes de noviembre se elevó la percepción de riesgo país, los bajos precios del petróleo, el alza del dólar, los intereses en Estados Unidos, sumado al incremento de la tasa de intervención del Banco de la República por los altos niveles de inflación ha generado desvalorizaciones en varios activos de inversión como las acciones.

Sin embargo a principios del 2016 el mercado de renta variable empezó a recuperarse con un crecimiento significativo y estable en los meses siguientes, el COLCAP pasó de 1.078,7 unidades 18 de enero, a 1.417,6 el 7 de septiembre del año en mención, aunque las acciones venían al alza los inversores advirtieron que con la firma del acuerdo de paz puede presentarse un obstáculo económico si no se toman las medidas necesarias, debido a la reincorporación de los miembros de la FARC-EP, lo que podría interferir en reformas y nuevos impuestos tributarios aumentando el déficit fiscal, motivando a una rebaja de la calificación crediticia del país.

En particular el 27 de septiembre, día después de la firma del acuerdo de paz y el 3 de octubre día después del Plebiscito, el comportamiento de la BVC fue similar en las dos jornadas de negociación en donde se registró un impacto negativo en la gran mayoría de las empresas que listaron en acciones ordinarias y preferenciales.

Sin embargo, en el transcurso del mismo año, el índice COLCAP se valorizó un 17.2 %, asociado al mejor desempeño de los precios de los *commodities* y la estabilidad en la tasa de cambio (Agudelo & Pelaez, 2017).

Tras cincuenta y dos años de confrontación, la FARC-EP se convierte en un movimiento político legal y desarmado, en un país en el que la tolerancia y las garantías para el adversario político deben ser plenas (Secretariado Nacional de las FARC-EP, 2016).

Según la Oficina del alto comisionado para la paz (2016), conflictos como el colombiano han tenido un impacto directo sobre la infraestructura y el capital físico, un enorme costo en vidas humanas y recursos

naturales, así como un efecto indirecto en la productividad, la inversión tanto local como extranjera y los costos de transacción y el crecimiento económico.

3. Materiales y métodos

Con un enfoque mixto basado en la plataforma de negociación y el simulador de la BVC se analiza el comportamiento del mercado accionario en el sector financiero, que a través de un alcance descriptivo en relación con los hechos históricos del proceso de paz y un diseño longitudinal durante el tiempo de negociación del gobierno colombiano con la FARC-EP, se determina las incidencias en algunas empresas bancarias, a partir de un análisis de varianza (anova) al cierre de las jornadas bursátiles, en especial la variación accionaria de las tres ruedas de negocios (27 de septiembre, 03 de octubre y 10 de octubre del año 2016), previa orientación de los Coordinadores de varios puntos de la bolsa y laboratorios financieros en la ciudad de Medellín.

Se procede a probar los supuestos de homogeneidad de varianza y normalidad en los residuales; los grupos de análisis son: BANCOLOMBIA, PFCOLOM, BOGOTA y PFDAVIVIENDA, para la normalidad de los residuales se empleó la prueba Shapiro-Wilk con base en la siguiente prueba de hipótesis:

$$H_0 = \text{Los residuales se ajustan a una distribución normal estándar Vs}$$

$$H_a = \text{Los residuales no se ajustan a una distribución normal estándar}$$

Como se aprecia, no se rechaza la hipótesis nula, es decir que los residuales se ajustan a una distribución normal estándar. Con respecto al supuesto de homogeneidad de varianza de los residuales, se empleó el estadístico de Levene y la siguiente pareja de hipótesis:

$$H_0: \sigma^2_i = 0 \text{ vs. } H_0: \sigma^2_i \neq 0$$

Discusión y resultados

La experiencia nicaragüense que tras los acuerdos de paz logró impulsar sus exportaciones de café, los casos Sudáfrica, Indonesia, Irlanda del norte, Filipinas, Guatemala y El Salvador sirven de referencia para Colombia ya que luego de resolver sus conflictos internos lograron configurar sociedades más justas, eficientes y con mayor atractivo para la inversión extranjera.

Según Fisas (2016) en su anuario de procesos de paz, la gran mayoría de los conflictos únicamente se resuelven por medio de negociaciones, no por medio de la victoria militar, abriendo un proceso que lleve a la firma de un acuerdo final aumentando la inversión social y el poder adquisitivo como en el caso de Guatemala, Rwanda, Croacia, Liberia, El Salvador y Angola, los demás países sus indicadores no han reflejado lo esperado.

Estudios de la Universidad de Cartagena plantean que los factores que determinan las variaciones en la Bolsa son principalmente macro económicos, entre estos se encuentran el producto interno bruto (PIB), la inflación, los títulos de deuda pública (TES) y los índices Dow Jones y DAX 30 de Estados Unidos y Alemania respectivamente. Por lo cual plantean que no hay una relación directa entre proceso de paz y mercado accionario, aunque puede inferirse que un mejor desempeño macroeconómico fruto de los acuerdos redundaría en un crecimiento del BVC (Pájaro & Ramos, 2014).

Según cifras de la BVC el sector real y las personas naturales son los que más vendieron acciones, las administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), las comisionistas de bolsa con poco más de un billón de pesos, y los extranjeros, con unos setecientos mil millones, son los que más aprovecharon la temporada de precios bajos de las acciones.

Siendo la volatilidad del mercado accionario de corta duración, los inversores son expectantes del

comportamiento de los precios internacionales hidrocarburos y recursos minerales, la tasa de cambio y en especial la firma del acuerdo de paz y sus implicaciones en la economía del país (Kutan & Yaya 2016).

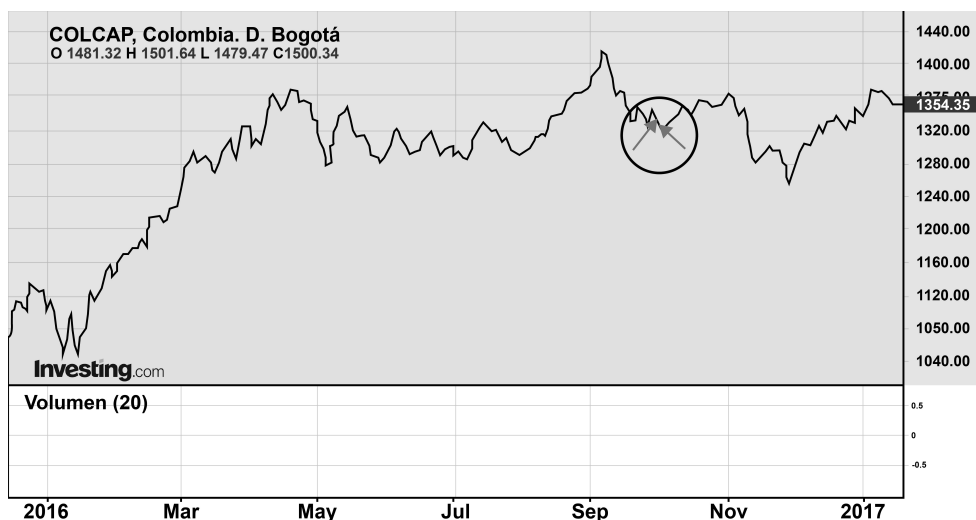


Figura 3. Resumen COLCAP 2016

Fuente. Investing

La imagen refleja el crecimiento moderado en el índice del COLCAP durante el año en mención, el círculo resalta dos ruedas de negocios, el 27 de septiembre día después de la firma del acuerdo de paz realizada en la ciudad de Cartagena y 03 de octubre día después del plebiscito, comportamientos negativos del mercado accionario con incidencia en el sector financiero.

Es de recordar que con el Plebiscito el acuerdo de paz se somete a una votación popular, los resultados según la Registraduría Nacional del Estado Civil dan como ganador el “no” con 6.424.385 votos correspondiente al 50.23 %, lo que conllevó a una percepción diferente en la confianza inversionista del país, reflejado en las variaciones bajistas en las ruedas de negocios después del 2 de octubre.

La imagen 4 es una muestra de la rueda de negocio realizada el 27 de septiembre, día después de la firma del acuerdo de paz, cuando 31 empresas listaron y solo cinco, en las horas de la tarde, estuvieron al alza, asimismo en la imagen 5 correspondiente al 03 de octubre, día después del Plebiscito, 32 empresas listaron y 12 estuvieron al alza. En lo descrito se pueden observar comportamientos muy similares en las dos jornadas de negociación en donde se registró un impacto negativo en las acciones ordinarias y preferenciales, ocasionando una caída generalizada en los precios, sin embargo a los días siguientes el mercado, se recuperó en sus variaciones normales.

Hora	Instrumento	precio compra	Precio venta	Dia anterior	Cierre	Cantidad	Variacion	Minimo	Maximo	Promedio
15:00:32	BOGOTA	\$62.020,00	\$63.000,00	\$62.000,00	\$63.000,00	102	1,61	\$61.300,00	\$630.000,00	\$62.371,42
15:00:32	CELSIA	\$4.005,00	\$4.060,00	\$4.080,00	\$4.030,00	41.430	-1,23	\$4.020,00	\$4.060,00	\$4.036,62
15:00:32	CEMARGOS	\$11.520,00	\$11.740,00	\$11.720,00	\$11.700,00	243	-0,17	\$11.600,00	\$11.720,00	\$11.622,45
15:00:32	CONCRET	\$1.070,00	\$1.094,00	\$1.095,00	\$1.090,00	8.213	-0,46	\$1.065,00	\$1.090,00	\$1.081,21
15:00:32	BOLOMBIA	\$2.502,00	\$25.160,00	\$25.400,00	\$25.100,00	5.000	-1,18	\$25.020,00	\$25.300,00	\$25.143,11
15:00:32	CLH	\$11.940,00	\$12.080,00	\$11.900,00	\$12.060,00	1.673	1,34	\$11.560,00	\$12.060,00	\$11.750,80
15:00:32	CORFICOLCF	\$38.020,00	\$38.280,00	\$38.180,00	\$38.100,00	32	-0,21	\$38.040,00	\$38.180,00	\$38.082,14
15:00:32	ECOPETROL	\$1.170,00	\$1.175,00	\$1.205,00	\$1.170,00	9.800	-2,9	\$1.160,00	\$1.195,00	\$1.173,72
15:00:32	EEB	\$1.860,00	\$1.920,00	\$1.910,00	\$1.905,00	45.140	-0,26	\$1.850,00	\$1.930,00	\$1.912,03
15:00:32	ÉXITO	\$14.740,00	\$4.880,00	\$14.900,00	\$14.800,00	6.189	-0,67	\$14.720,00	\$14.880,00	\$14.831,28
15:00:32	GRUPOARGOS	\$19.040,00	\$19.140,00	\$19.520,00	\$19.060,00	2.000	-2,36	\$19.060,00	\$19.380,00	\$19.133,49
15:00:32	GRUPOSURA	\$38.040,00	\$38.700,00	\$38.700,00	\$38.700,00	390	-0,83	\$38.020,00	\$38.700,00	\$38.423,28

Figura 4. Mercado accionario BVC 09/27/16

Fuente. Demo BVC

BOLSA DE VALORES DE COLOMBIA

Mercado Acciones		Mercado Derivados		Portafolio	Alarmas	Análisis técnico	Dividendos	Sobregiros	PyG Futuros	Saldo historico			
Hora	Instrumento	Precio compra	Precio venta	Día anterior	Cierre	Cantidad	Variación	Mínimo	Máximo	Promedio	Total negociado	Exdividendos	Val
12:11:36	PFAVH	\$ 2.315,00	\$ 2.350,00	\$ 2.370,00	\$ 2.320,00	4.332	-2,11	\$ 2.310,00	\$ 2.365,00	\$ 2.328,04	\$ 1.244.998.960,00	01-01-1900	
12:11:23	PFCOLOM	\$ 27.600,00	\$ 28.060,00	\$ 27.940,00	\$ 27.520,00	5.000	-1,5	\$ 27.080,00	\$ 27.780,00	\$ 27.511,82	\$ 14.656.812.600,00	03-10-2016	
12:11:17	CLH	\$ 11.020,00	\$ 11.200,00	\$ 10.960,00	\$ 11.100,00	20.000	1,28	\$ 10.520,00	\$ 11.180,00	\$ 11.071,82	\$ 10.105.319.700,00	01-01-1900	
12:10:38	EEB	\$ 1.815,00	\$ 1.830,00	\$ 1.875,00	\$ 1.840,00	10.731	-1,87	\$ 1.830,00	\$ 1.845,00	\$ 1.837,94	\$ 335.627.770,00	01-01-1900	
12:10:17	PFDVAVNDA	\$ 29.100,00	\$ 29.500,00	\$ 29.500,00	\$ 29.240,00	98.696	-0,88	\$ 28.560,00	\$ 29.800,00	\$ 29.251,59	\$ 6.195.662.960,00	01-01-1900	
12:07:43	PFAVAL	\$ 1.225,00	\$ 1.235,00	\$ 1.260,00	\$ 1.235,00	18.510	-1,98	\$ 1.225,00	\$ 1.265,00	\$ 1.242,09	\$ 2.879.731.315,00	01-01-1900	
12:07:27	GRUPOAVAL	\$ 1.170,00	\$ 1.270,00	\$ 1.240,00	\$ 1.225,00	7.860	-1,21	\$ 1.205,00	\$ 1.225,00	\$ 1.221,26	\$ 71.899.165,00	01-01-1900	
12:01:44	ISA	\$ 9.590,00	\$ 9.120,00	\$ 9.750,00	\$ 9.600,00	2.610	-1,54	\$ 9.570,00	\$ 9.680,00	\$ 9.631,62	\$ 481.012.630,00	01-01-1900	
12:01:21	CEMARGOS	\$ 11.280,00	\$ 11.500,00	\$ 11.480,00	\$ 11.500,00	500	0,17	\$ 11.220,00	\$ 11.520,00	\$ 11.477,67	\$ 2.496.933.420,00	05-10-2016	
12:01:11	GRUPOARGOS	\$ 18.260,00	\$ 18.600,00	\$ 18.620,00	\$ 18.460,00	4.000	-0,86	\$ 18.260,00	\$ 18.620,00	\$ 18.491,97	\$ 1.319.935.460,00	12-10-2016	
12:00:29	ECOPETROL	\$ 1.260,00	\$ 1.270,00	\$ 1.250,00	\$ 1.255,00	785	0,8	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.243,46	\$ 12.627.195.715,00	01-01-1900	
11:49:41	ISAGEN	\$ 3.005,00	\$ 3.300,00	\$ 3.190,00	\$ 3.105,00	1.000	-2,66	\$ 3.105,00	\$ 3.105,00	\$ 3.105,00	\$ 84.403.215,00	01-01-1900	
11:42:39	PFCEMARGOS	\$ 10.500,00	\$ 10.780,00	\$ 10.800,00	\$ 10.600,00	1.184	-1,85	\$ 10.580,00	\$ 10.800,00	\$ 10.623,54	\$ 228.756.600,00	05-10-2016	
11:41:02	BCOLOMBIA	\$ 25.400,00	\$ 25.780,00	\$ 26.100,00	\$ 25.400,00	5.000	-2,68	\$ 24.940,00	\$ 25.560,00	\$ 25.358,05	\$ 8.258.279.680,00	01-01-1900	
11:35:07	GRUPOSURA	\$ 37.620,00	\$ 37.780,00	\$ 37.620,00	\$ 37.660,00	708	0,11	\$ 37.000,00	\$ 38.000,00	\$ 37.667,65	\$ 1.797.575.540,00	01-01-1900	
11:30:34	BOGOTA	\$ 62.620,00	\$ 63.000,00	\$ 62.600,00	\$ 62.620,00	2.000	0,03	\$ 59.420,00	\$ 63.100,00	\$ 62.530,97	\$ 670.582.160,00	01-01-1900	
11:20:43	ICOLCAP	\$ 13.420,00	\$ 15.000,00	\$ 13.652,00	\$ 13.470,00	1.000	-1,33	\$ 13.408,00	\$ 13.523,00	\$ 13.430,86	\$ 5.256.501.125,00	01-01-1900	
11:20:14	ETB	\$ 572,00	\$ 585,00	\$ 586,00	\$ 575,00	953	-1,02	\$ 575,00	\$ 585,00	\$ 582,38	\$ 68.677.980,00	01-01-1900	
11:02:05	EXITO	\$ 14.660,00	\$ 14.680,00	\$ 14.700,00	\$ 14.700,00	1.700	0	\$ 14.500,00	\$ 14.700,00	\$ 14.616,12	\$ 1.244.521.000,00	10-10-2016	

Ordenes del día

Figura 5. Mercado accionario BVC 10/03/16

Fuente: Demo BVC

Se procede a un análisis paramétrico de las medianas de las poblaciones, empleando la prueba Tukey. Las parejas de hipótesis empleadas son:

$$H_0: \mu_i = \mu_j \text{ vs. } H_0: \mu_i \neq \mu_j$$

One-way ANOVA	Residuals	Turkey's pairwise	Krusal-Wallis	Mann-Whitney pairwise
---------------	-----------	-------------------	---------------	-----------------------

Turkey's Q below the diagonal. P(same) above the diagonal. Significan comparisons are pink.

	B.COLOMBIA	PFCOLOM	BOGOTA	PFDVAVIENDA
B.COLOMBIA		0,0002492	0,0002306	0,0002306
PFCOLOM	14,11		0,0002306	0,0003861
BOGOTA	258,6	244,4		0,0002306
PFDVAVIENDA	25,46	11,35	233,1	

Con base en los resultados de la prueba, es posible rechazar, es decir, que existe diferencia significativa entre las medias de los grupos estudiados: B.COLOMBIA, PFCOLOM, BOGOTA y PFDVAVIENDA.

Un comportamiento diferente se registro el 7 de octubre, día que se notificó como Nobel de Paz al presidente de Colombia Juan Manuel Santos Calderón, reconocimiento otorgado por su labor en las negociaciones con el principal grupo guerrillero. En este día el mercado accionario fue alcista en especial ISAGEN con un 21.26% de rentabilidad.

Hora	Instrumento	precio compra	Precio venta	Dia anterior	Cierre	Cantidad	Variacion	Mínimo	Máximo	Promedio
14:59:00	BVC	\$17,80	\$18,40	\$17,60	\$18,20	380.000	3,41	\$17,80	\$18,20	\$17,86
14:59:00	CEMARGOS	\$11.580,00	\$11.660,00	\$11.600,00	\$11.660,00	2.425	0,52	\$11.580,00	\$11.660,00	\$11.635,75
14:59:00	CLH	\$11.520,00	\$11.700,00	\$11.300,00	\$11.640,00	8.400	3,01	\$11.320,00	\$11.640,00	\$11.464,59
14:59:00	CONCRET	\$1.080,00	\$1.100,00	\$1.080,00	\$1.095,00	10.000	1,39	\$1.085,00	\$1.095,00	\$1.089,42
14:59:00	CORFICOLCF	\$37.620,00	\$37.900,00	\$37.800,00	\$37.760,00	700	-0,11	\$37.700,00	\$37.900,00	\$3.775,61
14:59:00	ECOPETROL	\$1.310,00	\$1.320,00	\$1.325,00	\$1.315,00	21.029	-0,75	\$1.315,00	\$1.325,00	\$1.319,47
14:59:00	ETB	\$575,00	\$597,00	\$594,00	\$596,00	11.000	0,34	\$590,00	\$596,00	\$594,12
14:59:00	ÉXITO	\$14.680,00	\$14.740,00	\$14.660,00	\$14.720,00	3.231	0,41	\$14.720,00	\$14.800,00	\$14.726,87
14:59:00	GRUPOARGOS	\$18.800,00	\$19.100,00	\$18.800,00	\$18.980,00	1.016	0,96	\$18.800,00	\$18.980,00	\$18.942,49
14:59:00	GRUPOSURA	\$38.000,00	\$38.080,00	\$38.300,00	\$38.020,00	16.320	-0,73	\$38.020,00	\$38.300,00	\$38.142,57
14:59:00	ISA	\$9.720,00	\$9.800,00	\$9.720,00	\$9.790,00	3.000	0,72	\$9.670,00	\$9.790,00	\$9.763,75
14:59:00	ISAGEN	\$3.530,00	\$3.800,00	\$3.010,00	\$3.650,00	4.500	21,26	\$3.060,00	\$3.795,00	\$3.518,49
14:59:00	NUTRESA	\$25.100,00	\$25.700,00	\$25.580,00	\$25.360,00	100	-0,86	\$25.320,00	\$25.580,00	\$25.411,02
14:59:00	ODINSA	\$8.400,00	\$9.250,00	\$9.000,00	\$9.000,00	887	0	\$8.500,00	\$9.000,00	\$8.559,12
14:59:00	PFAVAL	\$1.220,00	\$1.230,00	\$1.230,00	\$1.225,00	7.126	-0,41	\$1.220,00	\$1.230,00	\$1.225,10
14:59:00	PFAVH	\$2.340,00	\$2.380,00	\$2.380,00	\$2.380,00	9.500	0	\$2.335,00	\$2.380,00	\$2.353,39
14:59:00	PFBCELOM	\$27.880,00	\$28,81	\$27.640,00	\$28.060,00	198	1,52	\$27.520,00	\$28.060,00	\$27.917,08
14:59:00	PFCEMARGOS	\$10.760,00	\$10.900,00	\$10.800,00	\$10.880,00	2.598	0,74	\$10.800,00	\$10.880,00	\$10.822,15
14:59:00	PFDAVVNDA	\$29.400,00	\$29.480,00	\$28.980,00	\$29.460,00	5.000	1,66	\$28.820,00	\$29.460,00	\$29.131,34
14:54:17	BCOLOMBIA	\$25.740,00	\$26.000,00	\$25.500,00	\$25.900,00	4.303	1,57	\$25.660,00	\$25.900,00	\$25.802,74
14:52:09	MINEROS	\$2.140,00	\$2.155,00	\$2.155,00	\$2.155,00	550	0	\$2.155,00	\$2.155,00	\$2.155,00
14:49:07	CNEC	\$9.570,00	\$9.780,00	\$9.700,00	\$9.770,00	1.000	0,72	\$9.600,00	\$9.770,00	\$9.668,97
14:48:09	FABRICATO	\$13,90	\$14,20	\$14,00	\$14,00	1.310.223	0	\$14,00	\$14,00	\$14,00
14:44:52	ELCONDOR	\$1.135,00	\$1.160,00	\$1.140,00	\$1.140,00	15.000	0	\$1.140,00	\$1.140,00	\$1.140,00
14:40:17	PFCORFICL	\$31.700,00	\$33.700,00	\$32.500,00	\$32.700,00	1.000	0,62	\$32.700,00	\$32.700,00	\$32.700,00
14:37:09	PFGUPOARG	\$18.000,00	\$18.280,00	\$18.000,00	\$18.040,00	122	0,56	\$18.000,00	\$18.100,00	\$18.057,30
14:15:42	EEB	\$1.825,00	\$1.870,00	\$1.825,00	\$1.825,00	460	0,55	\$1.825,00	\$1.835,00	\$1.825,26

Figura 6. 10/07/16

Fuente: Simulador BVC

En esta rueda de negocio se listaron 28 empresas, de las cuales 18 tuvieron variación positiva, entre ellas BANCOLOMBIA con 1,57 %, PFDAVIVIENDA 1.66 %, PFBCELOM 1.52 %, y la BVC en 3.41 %, variación alcista durante todo el mes de octubre en el indicador del COLCAP.

En efecto, la inversión extranjera durante el proceso de paz no fue lo esperado, debido a las diferentes variables y factores macro económicos, y sumado a esto, la incertidumbre del escenario político del post acuerdo, sin embargo, el comportamiento del COLCAF reflejó un crecimiento moderado pasando de 1351.68 unidades en los primeros días de diciembre de 2016 a 1513.62 en el mismo periodo del 2017.

Cabe resaltar la adaptación y participación de las empresas en tiempos de transición del conflicto en la consolidación de la paz a pesar de la incertidumbre, sirve como motivación para que estas participen en la construcción a un mejor acceso a los mercados, generando otras estrategias comerciales (Miklian & Rettberg, 2017).

El conflicto armado con los ataques terroristas y el proceso de paz con la incertidumbre del post acuerdo, ha conllevado a las empresas colombianas a correr riesgos financieros. Un adecuado manejo socioeconómico es condición necesaria pero no suficiente para la reconstrucción de la paz, por lo tanto, trabajar en estos factores de manera aislada no es suficiente para una paz sostenible (Barrientos, Tamayo & Valencia, 2014).

El Acuerdo de paz no solucionará todos los problemas del país, pero sí es un prerrequisito para el desarrollo sostenible, oportunidad para dejar un legado promisorio para las generaciones venideras donde las empresas bajo las actuales expectativas ciudadanas, exigen cada vez mayores prácticas con el entorno social, ambiental y político, convirtiéndose en actores protagonistas del cambio hacia una sociedad más igualitaria, próspera y en paz, reflexiones del panel paz y sector privado, paz, empleo y oportunidad en la XVI Cumbre Mundial de Premios Nobel de Paz promovido por la Fundación Ideas para la Paz, (2017).

Más que una política gubernamental, es una estrategia y modelo de gestión que representa un gran reto para el país, generando sostenibilidad, pertinencia e impacto a través de beneficios representados en inclusión social como experiencias transformadoras en el desarrollo integral de las personas y comunidades (Escobar & Echeverry, 2017).

Conclusiones

Son más de 50 años de conflicto armado con la FARC-EP que han dejado por lo menos dos 250.000 muertes, sin contar las personas mutiladas de ambos bandos y el costo que ha significado para el gobierno y la población civil de una guerra interna, cambios que son necesarios dentro del país, que no siempre se miden en crecimiento económico, sino en seguridad, bienestar y mayor equidad, escenario que ha permitido fortalecer algunos sectores económicos del país.

Hoy en día no puede haber un proceso de paz que no mire los estándares internacionales de la Corte Penal Internacional. Ruanda y Sudáfrica son dos casos donde los principios de verdad, justicia, reparación y no repetición empezaron a jugar un papel esencial, reflejados en la recuperación del tejido social, el crecimiento y desarrollo económico del mercado de capitales.

Fueron 4 años de negociación que trajo consigo riesgos, incertidumbre y desconfianza entre los actores del conflicto que aún persisten con el post acuerdo, argumentos de las diferentes campañas de las elecciones presidenciales de Colombia en el 2018, en especial para los dos candidatos que pasaron a la segunda vuelta y que representan ideologías antagónicas con miras a replantear o sostener lo acordado con la FARC-EP, al final ganó el candidato de la derecha.

En todo caso, disminuir un conflicto interno como el de Colombia, sigue siendo una necesidad económica y social con grandes beneficios, uno de ellos es la reducción del rubro militar, la credibilidad en la expansión de entidades bancarias a Centro América, la incorporación de México al Mercado Integrado Latinoamericano que ha venido generando oportunidades de negociación en la BVC.

Si bien la bolsa de valores refleja lo que sucede en la economía de un país, el mercado de renta variable es muy volátil, los inversionistas reaccionan rápido cuando se generan noticias que inciden en el comportamiento accionario marcando tendencias alcistas o bajistas según la especulación, un mercado poco atractivo en oferentes y demandantes que ha venido disminuyendo en cantidad de emisores debido a factores macro económicos, políticos y la liquidación de la principal comisionista de Bolsa *Interbolsa*, por lo que, las empresas no están viendo en el mercado de acciones una fuente de financiación, muchas compañías han decidido darse de baja de la lista, siendo cada vez menos su participación.

Cabe anotar que Colombia, por ser uno de los países de Latinoamérica con mayor expectativa de crecimiento de la economía y por presentar un incremento de la clase media en los últimos años, es uno de los países atractivos para la inversión, sumado a ser un estado democrático que genera espacios de participación ciudadana.

El plebiscito y la firma del acuerdo de paz fueron dos ruedas de negocios que incidieron en forma negativa en el comportamiento accionario de la bolsa reflejadas en el índice del COLCAP, la gran mayoría de las empresas que listaron en estos días tuvieron variación bajista. Sin embargo, el dividendo de la paz no se obtiene por el simple hecho de reducir el número de bajas por la lucha armada o de cambiar fondos de la actividad de defensa del país del gasto militar en otra rama de desarrollo, sino que esta transformación incluye un cambio a un rubro dedicado hacia el bienestar social, generando oportunidades de captación de capital y posicionamiento en los mercados financieros.

Referencias bibliográficas

- Agudelo Velásquez, D., & Peláez González, J. (2017). *Determinantes y pronóstico de la actividad bursátil para el mercado accionario colombiano*. Medellín: Repositorio Institucional Universidad EAFIT.
- Ariza Garzón, M., & Cardena Lozano, J. (2014). Identificación de relaciones entre variables de política económica en Colombia. *Cuadernos de Administración Universidad del Valle*, Vol. 30 N.51 pg. 36.
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras ANIF. (2016). *Dividendos, beneficios y costos del proceso de paz de Colombia*. Bogotá: Centro de Estudios Económicos.
- <http://anif.co/content/dividendos-beneficios-y-costos-del-proceso-de-paz-de-colombia-2>
- Barrientos Marín, J., Tamayo Bustamante, V., & Valencia Agudelo, G. (2014). Conflicto armado paz y economía. *Revista de Economía del Caribe* , 61 - 89.
- Bejarano, J. (2016). Avanza Colombia hacia la paz. *ENTORNOS* , Vol. 29, N.2.
- Bird, K, & Hill, H. (2009). Philippine Economic Development: A turnig Point *ISEAS*,267285.
- Bolsa de Valores de Colombia. (2008). *BVC*. Recuperado el 23 de junio de 2017, de <https://www.bvc.com.co/pps/tibco/portalbvc>
- Cancillería Ministerio de Relaciones Exteriores Gobierno de Colombia. (s.f.). *Cancillería proceso de paz*. Recuperado el 30 de junio de 2017, de <http://www.cancilleria.gov.co/informacion-procesos-paz>
- Congreso Internacional de Riesgo Financiero. (2017). Riesgo Financiero Aportes desde Latinoamérica. Grajales Calderon, H. Orozco Quiceno, & H. Toro Torres, *Capítulo 6 Variabilidad del café, el petróleo y el índice COLCAP y su comportamiento en los diferentes ciclos económicos* (pág. 309). Medellín: Optimal Research Group.
- Departamento Nacional de Planeación. (2015). *El dividendo económico de la paz en Colombia lecciones de la experiencia internacional*. Bogotá: DNP.
- Devia, C., & Leguizamón, J. (2014). Procesos de paz y conflicto en África: Angola,
- República Democrática del Congo y Sierra Leona. *Análisis internacional* , 16.

- Escobar Gómez, J. F., & Echeverry Correa, F. (2017). Impacto de la responsabilidad social en las instituciones de educación superior en el norte del Valle de Aburra - Antioquia. *Espacios*, 16
- Fundación ideas para la paz. (2017). *El aporte empresarial a la paz y al desarrollo sostenible: Desafíos y oportunidades*. Bogotá: Fundación ideas para la paz.
- Fisas, Vicenc. (2016). *Anuario de procesos de paz*. Barcelona: Icaria.
- Garcia, M., & Chicaiza, L. A. (2018). Brexit, paz y Trump: enseñanzas para los economistas. *Revista de Economía Institucional*, 129 -156.
- Gaviria Muñoz, S., Mejía Alzate, L., Piraquive Galeano, G., Cifuentes Ghidini, G., López López , R., & Parra Vera, Y. (2017). El dividendo económico de la paz en Colombia: Lecciones de una experiencia internacional. *ICE*, pp. 39 -53.
- Fernández, A. C. (2016). Los beneficios económicos de la paz. Un estudio de caso para los últimos conflictos terroristas en Europa Occidental. *ICE* , 115 -125.Fisas, V. (2010). *Anuario procesos de paz 2010*. Bogotá: Icaria.
- Kutan, A., & Yaya, M. (2016). Armed conflict and financial and economic risk: evidence from Colombia. *Risk Management* , 159 -187.
- Lancheros Castillo, Y. (2015). El dólar y la relación con diferentes factores económicos para Colombia en el año 2016. Bogotá: <http://repository.unimilitar.edu>

- Mínguez Alcaide, X. (2015). Conflicto y paz en Colombia. Significados en organizaciones. *Revista de Paz y Conflictos*, 179.
- Oficina del alto comisionado para la paz. (2016). *Alto comisionado para la paz*. Recuperado el 12 de Febrero de 2018, de <http://www.altocomisionadopalapaz.gov.co/Prensa/Paginas/2016/agosto/Cuales-son-los-beneficios-y-oportunidades-de-la-paz.aspx>
- Miklian, Jason and Rettberg, Angelika, From War-Torn to Peace-Torn Mapping Business Strategies in Transition from Conflict to Peace in Colombia (February 28, 2017). *Available at SSRN*: <https://ssrn.com/abstract=2925244> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2925244>
- Pájaro Castro, A. D., & Ramos Romero, G. (2014). Análisis de los determinantes macroeconómicos del IGBVC e incidencia de los choques externos un enfoque VAR. Cartagena: Repository unicartagena.
- *Portafolio*. (22 de Junio de 2016). Recuperado el 14 de Febrero de 2018, de <http://www.portafolio.co/economia/gobierno/la-paz-no-haria-crecer-la-economia-de-colombia-como-dice-el-presidente-santos-segun-estudio-de-la-universidad-de-la-sabana-497947>
- Rodríguez, R.C. (2017). Colombia país del año 2016. *Revista de Ciencia Política*, vol. 37 N.2
- Ruiz Díaz, M. I., Galeano Raquejo, J. S., & Gil Mateus, E. O. (2016). Posconflicto colombiano y sus efectos económicos. *CIFE*, 23 - 54.
- Secretariado Nacional de las FARC-EP. (s.f.). (27 de mayo 2016) Farc-ep. Recuperado el 26 de junio de 2017, <https://www.farc-ep.co/comunicado/52-anos-de-lucha-por-la-paz-en-colombia.html>

EL DESMANTELAMIENTO DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO: CASO DE ANÁLISIS DEL SISTEMA ELÉCTRICO DEL CANTÓN LA TRONCAL DE PROPIEDAD DE LA CNEL EP REGIONAL MILAGRO Y DE LA CENTROSUR C.A.

DISMANTLING OF PROPERTY, PLANT AND EQUIPMENT
IN THE ELECTRICAL SYSTEM ON TRONCAL CITY (ECUADOR), PROPERTY OF “CNEL EP REGIONAL MILAGRO AND CENTROSUR C.A”



Gladys Victoria Fernández Avilés¹

econgladysfernandez@gmail.com

gladys.fernandez@ucuenca.edu.ec

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo aplicar las NIC 16 y 37, respecto al tratamiento del desmantelamiento de Propiedades, Planta y Equipo en el sistema eléctrico del Cantón la Troncal de propiedad de la CNEL EP Regional Milagro y de la CENTROSUR C.A.; a través de una propuesta metodológica, para su incorporación en los registros contables y preparación de estados financieros acordes a la normativa vigente, que permitan tomar decisiones oportunas.

Palabras clave: Desmantelamiento, Restauración, Normas Internacionales de Información Financiera, NIIF-, Normas Internacionales de Contabilidad –NIC-, Valor presente, Vida útil.

Abstract

The aim of this paper is to apply International Accounting Standards 16 and 37, regarding to treatment of the dismantling of property, plant and equipment in the electrical system on Troncal City (Ecuador), property of “CNEL EP Regional Milagro and CENTROSUR C.A”; through a methodological proposal, for its incorporation into the accounting records and the making of financial statements in accordance with current regulations, which allow timely decisions.

Keywords: Dismantling, Restoration, International Financial Reporting Standards –IFRS International Accounting Standards -IAS-, Present Value, Useful Life.

Código JEL: M41 Contabilidad
Código DOI: 10.25097/rep.n27.2018.04

¹ Directora de la Carrera de Contabilidad y Auditoría y Docente Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Directora de la Regional 2 de la Contraloría General del Estado, Auditora Gubernamental en varias entidades y empresas públicas del Cantón Cuenca.
ORCID: 0000-0002-8448-0640

1. Introducción

El objetivo del presente artículo es aplicar las NIC y NIIF, respecto al tratamiento del desmantelamiento de Propiedades, Planta y Equipo. El trabajo cobra importancia en razón de que no se aplica el desmantelamiento en los registros contables de las empresas privadas y públicas en general, siendo la Centrosur C.A., pionera en incluir en el tratamiento contable y financiero, el tema del desmantelamiento, para lo cual se desarrolla una metodología para su aplicación.

Las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), son las primeras normas emitidas por el organismo internacional IASB (International Accounting Standard Board), que se encuentran en permanente revisión y cambio para adaptarse a las necesidades de los usuarios de la información financiera; y, en el año de 1996 la Federación Nacional de Contadores del Ecuador comenzó a formar parte de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y adoptó las NIC. En el año 2011 la Superintendencia de Compañías de Ecuador remitió el Reglamento para la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) completas y para PYMES.

Todas las empresas del país tienen que utilizar el mismo marco normativo y contable, que permita la comparación de la información financiera, a través de la aplicación de las NIC² y las NIIF; las mismas que se basan en principios y no en reglas, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de los estados financieros.

Tratar el desmantelamiento de Propiedades, Planta y Equipo, implica entender lo que la NIC 16 establece respecto al tema, como son los objetivos, alcance, los principios de reconocimiento, la capitalización de los costos con respecto al reconocimiento inicial, cuáles son los costos directamente atribuibles, los costos no capitalizables, métodos para adquirir los activos, sus componentes, cuál es el valor del desmantelamiento que se considera como costo de Propiedades, Planta y Equipo, qué efecto tiene el desmantelamiento en los inventarios. Se aplica para todos los activos, generan impuestos fiscales, entre otros.

La NIC 16, establece que, al costo de un elemento fijo tangible, se debe incrementar, por la estimación inicial de los costos de desmantelamiento o retiro del activo y la restauración del lugar donde está situado cuando constituyen obligaciones para la empresa. La NIC 37, se refiere a que la estimación inicial será constituida a valor presente y contiene requerimientos sobre la forma a valorar los pasivos (provisiones) por desmantelamiento, retiro o restauración; señalando, entre otros aspectos, que la actualización de la provisión constituye un gasto financiero.

El término **desmantelamiento** hace referencia al desalojo, destrucción o reubicación de un activo, evento que puede darse en el momento de la adquisición del mismo y que se va a realizar en el futuro. Dicho evento no es para todos los activos sino para aquellos en los cuales se determina que cuando se termina su vida útil se debe necesariamente movilizarlos, destruirlos o reubicarlos; siendo importante definir el tiempo de utilización del activo, la vida útil y la estimación inicial del valor actual a consecuencia del desmantelamiento o retiro del activo, que serán los costos de rehabilitación del lugar sobre el que se asienta el activo.

El retiro de los activos del Sistema Eléctrico de la CNEL EP (Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad) regional Milagro y de la CENTROSUR C.A. (Empresa Eléctrica Regional Centro Sur), conlleva desembolsos adicionales necesarios para cada etapa funcional; así por ejemplo, para Edificios y Estructuras; Equipo de Subestación; Postes, Torres y Accesorios Línea de S/T; Conductores y Accesorios en Línea de S/T; Postes Torres y Accesorios en M.T y B.T; Conductores y Accesorios en MT y BT; Transformadores de Distribución; Sistema de Alumbrado Público; Acometidas en Sistemas de Medición y Medidores de Energía.

2 Particularmente las Normas 16 y 37.

2.- Marco teórico

Pese a que las NIC y NIIF son de aplicación obligatoria en el país, la mayoría de empresas públicas y privadas, obligadas a aplicar dicha normativa, no evidencian su aplicación; particularmente las NIC 16 y 37, debido entre otras causas, a la ausencia de un proceso metodológico claramente definido para su registro, razón por la cual, la bibliografía disponible se encuentra únicamente en procesos de aproximación a nivel de trabajos de titulación tanto de pregrado y de posgrado en varias universidades del país; y, el marco teórico para estos trabajos es precisamente las NIC y NIIF.

En base a lo anotado, el marco teórico utilizado en esta investigación es únicamente lo dispuesto en las NIC 16 y 37.

2.1 Norma Internacional de Contabilidad 16 - Propiedades, Planta y Equipo -

2.1.1 Objetivo de la Norma

El objetivo de esta Norma es “(...) prescribir el tratamiento contable de Propiedades, Planta y Equipo, de forma que los usuarios de los estados financieros puedan conocer la información acerca de la inversión que la entidad tiene en sus propiedades, planta y equipo, así como los cambios que se hayan producido en dicha inversión. Los principales problemas que presenta el reconocimiento contable de propiedades, planta y equipo son la contabilización de los activos, la determinación de su importe en libros y los cargos por depreciación y pérdidas por deterioro que deben reconocerse con relación a los mismos...”. (IFRS Foundation, 2014).

2.1.2 Valoración del activo en el momento del reconocimiento inicial

Todo elemento de Propiedades, Planta y Equipo (activos tangibles), debe cumplir ciertas condiciones para ser reconocido como un activo y se medirá por su costo; y sus componentes son:

- “... (a) Su precio de adquisición, incluidos los aranceles de importación y los impuestos indirectos no recuperables que recaigan sobre la adquisición, después de deducir cualquier descuento o rebaja del precio.
- (b) Todos los costos directamente atribuibles a la ubicación del activo en el lugar y en las condiciones necesarias para que pueda operar de la forma prevista por la gerencia (...).”

Estos costos pueden incluir: los costos de preparación del emplazamiento, los costos de entrega y manipulación inicial, los de instalación y montaje, y los de comprobación de que el activo funciona adecuadamente.

- (c) “(...) La estimación inicial de los costos de desmantelamiento o retiro del elemento, así como la rehabilitación del lugar sobre el que se asienta, la obligación en que incurre la entidad cuando adquiere el elemento o como consecuencia de haber utilizado dicho elemento durante un determinado período, con propósitos distintos al de producción de inventarios durante tal periodo...”. El subrayado es propio. (IFRS Foundation, 2014).

2.1.3 Principios de reconocimiento del activo

Se reconoce como Propiedades, Planta y Equipo únicamente cuando:

“(...) a.- Sea probable que la empresa obtenga los beneficios económicos futuros derivados del mismo; y,

b.- El costo del activo para la empresa puede medirse con fiabilidad (...)" (IFRS Foundation, 2017).

2.1.4 Medición posterior al reconocimiento de Propiedades, Planta y Equipo

Las entidades elegirán como política contable el modelo del costo o el modelo de revaluación.

- 1.- **Modelo del costo**, donde las Propiedades, Planta y Equipo es igual al costo menos la depreciación acumulada y el valor acumulado de las pérdidas por deterioro del valor;
- 2.- **Modelo de revaluación**, las Propiedades, Planta y Equipo es llevado al valor revaluado, que es el valor razonable, menos la depreciación acumulada y el importe acumulado de las pérdidas por deterioro. Las revaluaciones se harán con regularidad para asegurar que el valor en libros refleje un valor razonable y en el caso de activos que tengan cambios significativos y volátiles en su valor razonable, necesitan revaluaciones anuales. Las revaluaciones frecuentes no serán necesarias para Propiedades, Planta y Equipo con variaciones insignificantes en su valor razonable, en estos casos son suficientes las revaluaciones hechas cada tres o cinco años. ...". (IFRS Foundation, 2017).

2.1.5 Definición de términos:

- **Costo:** es el importe de efectivo o equivalentes al efectivo pagados, o el valor razonable de la contraprestación entregada, para adquirir un activo en el momento de su adquisición o construcción.
- **Depreciación:** es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil.
- **Importe depreciable:** es el costo de un activo, o el importe que lo haya sustituido, menos su valor residual.
- **Importe en libros:** es el valor por el que se reconoce un activo, una vez deducida la depreciación acumulada y las pérdidas por deterioro del valor acumulado.
- **Importe recuperable:** es el mayor entre el valor razonable menos los costos de venta de un activo y su valor de uso.
- **Propiedades, Planta y Equipos** son los activos tangibles que:
 - a. Posee una entidad para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos; y,
 - b. Se espera utilizar durante más de un periodo.
- **Valor residual de un activo:** es el valor estimado que la empresa podría obtener por la enajenación o disposición de un activo, después de deducir los costos estimados para su enajenación o disposición, si el activo ya hubiera alcanzado la edad y las demás condiciones esperadas al término de su vida útil.
- **Vida útil:** es el período durante el cual se espera utilizar el activo depreciable por parte de la empresa; o el número de unidades de producción o similares que se espera obtener del mismo por parte de la empresa..." (IFRS Foundation, 2017).

2.2 Norma Internacional de Contabilidad 37: Provisiones, Pasivos Contingentes y Activos Contingentes

2.2.1 Objetivo de la Norma

El objetivo de esta Norma es “(...) asegurar que se utilicen las bases apropiadas para el reconocimiento y la medición de las provisiones, pasivos contingentes y activos contingentes, así como que se revele la información complementaria suficiente, por medio de las notas, como para permitir a los usuarios comprender la naturaleza, calendario de vencimiento e importes, de las anteriores partidas...”. El subrayado es propio. (IFRS Foundation, 2017).

2.2.2 Alcance de la Norma

Esta Norma debe ser aplicada por todas las entidades al proceder a contabilizar sus provisiones, pasivos contingentes y activos contingentes. En esta Norma se define las provisiones como pasivos de cuantía o vencimiento inciertos.

2.2.3 Reconocimiento de las provisiones

Una provisión debe reconocerse cuando se den las siguientes condiciones:

- a.- Una entidad tiene una obligación presente (ya sea legal o implícita) como resultado de un suceso pasado.
- b.- Es probable que la entidad tenga que desprenderse de recursos, que incorporen beneficios económicos para cancelar tal obligación; y
- c.- Puede hacerse una estimación fiable del importe de la obligación.

De no cumplirse las tres condiciones indicadas, la empresa no debe reconocer la provisión.

2.2.4 Definición de términos:

- **“Provisión:** es un pasivo sobre el que existe incertidumbre acerca de su cuantía o vencimiento.
- **Pasivo,** es una obligación presente de la entidad, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, y para cancelarla, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos.
- **El suceso que da origen a la obligación:** es todo aquel suceso del que nace una obligación de pago, de tipo legal o implícita para la entidad, de forma que a la entidad no le queda otra alternativa más realista que satisfacer el importe correspondiente.
- **Obligación Implícita:** es la que se deriva de las actuaciones de la propia entidad, en las que:
 - a.- Debido a un patrón establecido de comportamiento en el pasado, a políticas empresariales que son de dominio público o a una declaración efectuada de forma suficientemente concreta, la entidad haya puesto de manifiesto ante terceros que está dispuesta a aceptar cierto tipo de responsabilidades; y
 - b.- Como consecuencia de lo anterior, la entidad haya creado una expectativa válida, ante aquellos terceros con los que debe cumplir sus compromisos o responsabilidades. El subrayado es propio. (IFRS Foundation, 2017).
- **Pasivo Contingente:**
 - a.- Una obligación posible, surgida a raíz de sucesos pasados y cuya existencia ha de ser confirmada sólo por la ocurrencia o la falta de ocurrencia de uno de más hechos futuros, sucesos inciertos que no están enteramente bajo el control de la entidad.
 - b.- Una obligación presente, surgida a raíz de sucesos pasados, que no se han reconocido contablemente.

- **Suceso pasado:** el suceso pasado del que se deriva la obligación, se da cuando la entidad no tenga, como consecuencia del mismo, otra alternativa más realista que atender el pago de una obligación creada por tal suceso, tan solo en las siguientes condiciones:
 - a.- El pago de la obligación viene exigido por la ley; o
 - b.- Al tratarse de una obligación implícita, cuando el suceso (que puede ser una actuación de la propia entidad) haya creado una expectativa válida ante aquellos terceros con los que debe cumplir sus compromisos o responsabilidades.

Ejemplos de tales obligaciones son las multas medioambientales o los costos de reparación de los daños medioambientales causados en contra de la ley, puesto que, tanto en uno como en otro caso, y para pagar los compromisos correspondientes, se derivarán para la empresa salidas de recursos que incorporan beneficios económicos, con independencia de las actuaciones futuras que esta lleve a cabo.

- **Riesgos e incertidumbres:** para realizar la mejor estimación de la provisión, deben tomarse en cuenta los riesgos e incertidumbres que, inevitablemente, rodean a la mayoría de los sucesos y las circunstancias concurrentes a la valoración de la misma.
- **Valor presente:** cuando resulte importante el efecto financiero producido por el descuento, el importe de la provisión debe ser el valor presente de los desembolsos que se espera sean necesarios para cancelar la obligación. El importe de las provisiones, por tanto, será objeto de descuento cuando el efecto de hacerlo resulte significativo. (El subrayado es propio).
- **Cambios en el valor de las provisiones:** las provisiones deben ser objeto de revisión al final de cada periodo sobre el que se informa, y ajustadas consiguientemente para reflejar en cada momento la mejor estimación disponible. En el caso de que no sea ya probable la salida de recursos, que incorporen beneficios económicos, para cancelar la obligación correspondiente, se procederá a liquidar o revertir la provisión, así por ejemplo en el caso de activos que tengan cambios significativos y volátiles en su valor razonable, con revaluaciones anuales y las Propiedades, Planta y Equipo con variaciones insignificantes en su valor razonable, en estos casos son suficientes las revaluaciones hechas cada tres o cinco años.
- **Aplicación de la provisiones:** cada provisión deberá ser utilizada sólo para afrontar los desembolsos para los cuales fue originalmente reconocida...” (IFRS Foundation, 2017).

3. Metodología

Para la aplicación de la investigación en el tratamiento del desmantelamiento de Propiedades, Planta y Equipo en la CNEL EP Y CENTROSUR C.A., se inicia con la valoración de los activos, a través de un peritaje que valida los diferentes activos de las empresas³, y con los resultados obtenidos se aplica el proceso definido para el desmantelamiento, con la inserción contable de la aplicación metodológica propuesta, con efectos directos en los Estados Financieros.

La metodología que se aplica en esta investigación de tratamiento del desmantelamiento de Propiedades, Planta y Equipo: caso CNEL EP Y CENTROSUR C.A., es de carácter cualitativo, debido a que se enfoca a los aspectos contables, económicos y financieros de las empresas eléctricas definidas, lo que permite analizar el registro del costo por desmantelamiento y sus provisiones, no se va a centrar en el análisis de estados financieros y/o resultados contables; como soporte se basa en el análisis de conceptos básicos que permite desarrollar esta investigación a través del método deductivo que va de lo general a lo particular.

Entre las técnicas de recolección de datos de la investigación que se aplican en este trabajo, se encuentran: la observación, verificación física, análisis documental y la entrevista a los funcionarios responsables del departamento encargado del control y administración de Propiedades, Planta y Equipo de la CNEL EP y CENTROSUR C.A., en la aplicación de las NIC 16, 37 y NIIF.

Además, se complementa el análisis con el enfoque cuantitativo mediante el método de razonamiento

³ Peritaje realizado por el Arq. Jorge Rodríguez Jiménez y su equipo de trabajo conformado por: Econ. CPA Gladys Victoria Fernández Avilés Mgs e Ing. Com. Karla Argudo Tello.

deductivo, que va de lo general a lo particular, se hace uso de una serie de herramientas e instrumentos que permitan conseguir los objetivos propuestos en la investigación, este método permite analizar las variables planteadas, bajo una hipótesis explicativa que tiene como fundamento la prueba de la hipótesis y busca que las conclusiones lleven a la formulación o el contraste de leyes o principios científicos.

3.1 Registro contable y cálculo del desmantelamiento

El proceso seguido para el registro contable de los activos del Sistema Eléctrico del Cantón la Troncal de propiedad de la CNEL EP Regional Milagro y de la CENTROSUR C.A es el siguiente:

- 1.- Se registra el costo del activo según las etapas funcionales por su adquisición o construcción, ya sea al contado o a crédito; al momento constituye los valores históricos que constan en el registro contable de la CNEL EP Regional Milagro y de la CENTROSUR C.A.

Tabla 1.

Descripción	Debe	Haber
Costo del activo	xxxxx	
Bancos		xxxxx
Por la compra o construcción del activo.		

Elaboración: La autora

- 2.- Se contabiliza el costo por desmantelamiento, valor que incrementa el costo del activo, mediante el cálculo del valor presente y con crédito a una cuenta de provisión con el nombre del activo que lo identifica; registro que se debe realizar en la fecha en la cual se calcula el valor por desmantelamiento.

El cálculo de la provisión, se realiza con la fórmula del valor presente que sirve para determinar el valor de la inversión actual. El valor presente (VP) de un capital (M), que se recibirá al final de un tiempo (n) a una tasa de interés (i), se describe a continuación:

Donde:

- VP= Valor presente
- M = Valor histórico del activo
- i = Tasa de interés Activa Referencial emitida por el Banco Central del Ecuador, vigente a junio de 2015. (8,70%)
- n = Vida útil del activo.

Descripción	Debe	Haber
Costo por desmantelamiento del activo	xxxx	
Provisión por desmantelamiento del activo		xxxx
Incremento del activo según NIC 16 por desmantelamiento.		

- 3.- Se contabiliza el gasto por depreciación del costo histórico o inicial del activo, calculado de acuerdo al método de depreciación aplicado.

Descripción	Debe	Haber
Gasto por depreciación del activo	xxxxx	
Depreciación acumulada del activo		xxxxx
Por el registro de la depreciación del valor histórico del activo.		

4.- Se procede a registrar contablemente el gasto por la provisión del valor por desmantelamiento calculado, que se incrementó al costo del activo y acreditando a una cuenta de provisión acumulada por desmantelamiento, de acuerdo al cálculo del valor presente durante toda la vida útil del activo y con la tasa de interés activa establecida por el Banco Central del Ecuador.

Descripción	Debe	Haber
Gasto por provisión del desmantelamiento del activo	xxxxx	
Provisión acumulada por desmantelamiento del activo		xxxxx
Registro del valor de la provisión por el costo del activo por desmantelamiento, calculado de acuerdo al método de depreciación aplicado previamente.		

5.- Al término de cada año fiscal, se contabiliza la actualización de la provisión como gastos financieros por desmantelamiento y esto por cada año hasta completar la vida útil del activo.

Descripción	Debe	Haber
Gasto financiero por desmantelamiento del activo	xxxxx	
Provisión por desmantelamiento del activo		xxxxx
Registro del valor calculado de acuerdo al valor presente del activo por desmantelamiento durante toda la vida del activo.		

Una vez identificado el importe estimado de los costos por desmantelamiento o retiro del activo inmovilizado, así como la rehabilitación del lugar sobre el que se asienta los activos, la empresa adquiere estas obligaciones y se requiere el registro contable respectivo, del incremento del costo del activo, la provisión y gastos financieros producto del desmantelamiento, como se detalló previamente.

4. Discusión y resultados

Características del manejo de las Propiedades, Planta y Equipo: del sistema eléctrico del Cantón la Troncal de propiedad de la CNEL EP regional Milagro y de la CENTROSUR C.A.

4.1 Los costos por desmantelamiento incrementan el valor de los activos

La obligación de incluir el valor actual de los gastos de desmantelamiento como mayor valor del inmovilizado, supone en principio una ruptura de la concepción tradicional del precio de adquisición, entendiendo por este el importe pagado.

No obstante, si se piensa en términos de flujo de caja, cuando se realiza una inversión, esta producirá entradas de efectivo durante toda su vida útil, pero, ¿qué costos tiene esos flujos de caja? Pues por la inversión inicial una salida en el momento de la puesta en marcha y otra salida de efectivo en el momento del desmantelamiento. Por lo tanto, el valor del inmovilizado incluirá el costo actualizado de todos los pagos

de la inversión necesaria para la obtención de los ingresos, se produzcan los pagos ahora o al final de la vida útil del bien.

La incorporación de este componente del costo a la valoración inicial del activo se producirá en la fecha en la que la empresa incurra en la obligación, que puede ser al momento de la adquisición o de la construcción del activo; o en cualquier época de la vida útil del mismo en la que se reconoce la provisión por desmantelamiento.

Por su parte, la valoración inicial de Propiedades, Planta y Equipo podrá verse alterada por cambios en estimaciones contables que modifiquen el importe de la provisión asociada a los costos de desmantelamiento en más o en menos.

4.2 Provisiones por desmantelamiento y retiro

El valor de la provisión será la mejor estimación del desembolso que la empresa debe efectuar para liquidar la obligación, lo que exige determinar la provisión por el valor presente de la obligación.

La provisión por desmantelamiento o retiro no es más que el valor estimado de los costos de desmantelamiento o retiro del inmovilizado, así como la rehabilitación del lugar sobre el que se asienta. La empresa puede incurrir en estas obligaciones en el momento de adquirir dicho bien o para poder utilizar el mismo durante un determinado período de tiempo.

De esta manera la NIC 37 trata específicamente el tema de la “Provisión por Desmantelamiento”, la misma que refleja en la contabilidad el valor estimado de los costos por desmantelamiento o retiro del activo fijo en una empresa, así como la rehabilitación del lugar sobre el que se asienta dicho activo.

La estimación inicial será constituida a valor presente y contiene requerimientos sobre la forma a valorar los pasivos (provisiones) por desmantelamiento, retiro o restauración; señalando, entre otros aspectos, que la actualización de la provisión constituye un gasto financiero.

Por lo tanto, el importe estimado del valor actual de los costos del desmantelamiento o retiro se registrarán contablemente como provisión, con cargo a la correspondiente cuenta de Propiedades, Planta y Equipo, cuando se incurra en la obligación, bien en el momento de su adquisición o posteriormente.

La provisión no figurará como un gasto total, como se determina en otras provisiones, sino que incrementará por una parte el valor de la inversión del bien y será consumida vía depreciación de las Propiedades, Planta y Equipo, ya que este activo incluirá el valor actualizado de la provisión.

Con el transcurso de los años se podrá ir ajustando el importe de la provisión por los incrementos o disminuciones originados por una nueva estimación, con cargo o abono, respectivamente, a la cuenta de Propiedad, Planta y Equipo.

Por otro lado, el importe de los ajustes que surjan por la actualización financiera de su valor, se tendrá que incrementar a la provisión, pero esta con cargo a la cuenta de gastos financieros por consecuencia de la actualización de la provisión.

4.3 Las Propiedades, Planta y Equipo del sistema eléctrico del Cantón la Troncal: de propiedad de la CNEL EP regional Milagro y de la CENTROSUR C.A.

El análisis y cálculo del desmantelamiento y la provisión se realizó para el SISTEMA ELÉCTRICO DEL CANTÓN LA TRONCAL DE PROPIEDAD DE LA CNEL EP REGIONAL MILAGRO Y DE LA CENTROSUR C.A., actualmente todos los activos forman parte de la CENTROSUR C.A.

Luego de varios análisis realizados al comportamiento de las diferentes etapas funcionales de los activos del Sistema Eléctrico del Cantón la Troncal de propiedad de la CNEL EP Regional Milagro y de la CENTROSUR CA; referente a la estimación del valor para desmantelamiento, se consideraron algunos parámetros tales como: el estado de conservación del inmovilizado material, la vida útil de los activos, el mantenimiento preventivo y correctivo implementado, la antigüedad del activo, servicio a los usuarios,

crecimiento sostenible del sector eléctrico, incremento de proyectos hidroeléctricos, mayor demanda eléctrica en todos los sectores del país, desarrollo socioeconómico de los sectores más distantes, situación geográfica y ubicación del sistema eléctrico, sucesos futuros que puedan afectar al valor necesario para cancelar una obligación originados por cambios en las disposiciones legales, estimación fiable para el cumplimiento de las obligaciones por desmantelamiento, entre otras.

Las fases de las diferentes etapas funcionales de los activos del Sistema Eléctrico de la CNEL EP y de la CENTROSUR C.A, son la construcción, operación y retiro; para las dos primeras etapas se han desarrollado procesos de control administrativos, financieros y económicos; sin embargo, para la etapa de retiro se requiere aplicar la NIC 16 y 37, que tiene como finalidad estimar el costo de desmantelamiento a futuro, precisamente cuando termine la vida útil del activo y por lo tanto medir el impacto financiero-económico. Incluso en términos normativos se conoce de las multas medioambientales, la necesidad de considerar el costo por reparación de los daños medioambientales, que para la empresa significa salida de recursos, con independencia de las actuaciones futuras que esta lleve a cabo.

La fase de Retiro o Desmontaje: son los trabajos de retiro parcial o total de los elementos, que conforman las diferentes etapas funcionales de los activos del Sistema Eléctrico del Cantón la Troncal de propiedad de la CNEL EP Regional Milagro y de la CENTROSUR C.A, una vez que las mismas estén fuera de servicio por tramos o en su totalidad, ya sea por causa natural o porque han terminado su vida útil, en esta fase se determinará la Provisión de Desmontaje. Las fases de retiro pueden ser las siguientes:

- a.- Desarmado: comprende el retiro o desarmado de torres, cables, conductores y remoción de los cimientos.
- b.- Derrocamiento y producción de escombros: es el retiro de las estructuras a través del derrocamiento de las obras civiles iniciales.
- c.- Transporte de piezas y escombros: corresponde a la remoción, evacuación y traslado de escombros fuera del área hacia la disposición final.
- d.- Disposición final de residuos y desechos: la disposición de los residuos y desechos generados durante el desmantelamiento y derrocamiento; su clasificación y disposición se realizará según su naturaleza con la finalidad de no afectar al ecosistema.
- e.- Conformación de suelo y cobertura vegetal: rellenos de las cimentaciones y compactación de terreno, reforestación de áreas desbrozadas, entre otros.

Ante la ausencia de parámetros, estándares y una metodología establecida para estimar el costo del desmantelamiento de los activos, es importante definir una estimación, como el importe reconocido por provisión que debe ser la mejor estimación y es el valor que se reflejará en los estados financieros, de los recursos necesarios para cancelar la obligación presente. En ningún caso la estimación por desmantelamiento será sobrevalorada o mayor al costo del activo.

4.4 Porcentajes de depreciación y vida útil de las Propiedades, Planta y Equipo del sistema eléctrico del Cantón la Troncal: de propiedad de la CNEL EP Regional Milagro y de la CENTROSUR C.A.

La vida útil y los porcentajes de depreciación establecidos para los activos de la CNEL EP y de la CENTROSUR C.A, son los definidos por el INECEL (Instituto Ecuatoriano de Electrificación); y, por lo dispuesto en el numeral 6 del artículo 28 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, LORTI, publicado en el Registro Oficial Suplemento 209 del 8 de junio de 2010, Decreto Ejecutivo No. 374; para cada una de las etapas funcionales de los activos que se aplican actualmente para el registro contable, en base a los mismos se ha calculado los valores por desmantelamiento, los gastos por intereses y provisión, de acuerdo a las diferentes etapas funcionales, que se detallan a continuación:

Tabla 1.

No.	Descripción	Vida útil
1	Edificios y Estructuras Subestación la Troncal	30
2	Equipos de Subestación La Troncal	30
3	Postes, Torres y Accesorios Línea de S/T S/E TRONCAL- S/E EL TRIUNFO	30
4	Conductores y Accesorios en Línea de S/T S/E Troncal – S/E El Triunfo.	30
5	Postes, Torres y Accesorios en M.T. y B.T. La Troncal	25
6	Conductores y Accesorios en M.T. y B.T. La Troncal	25
7	Transformadores de Distribución La Troncal	25
8	Sistema de Alumbrado Público La Troncal	15
9	Acometidas en Sistemas de Medición La Troncal	15
10	Medidores de Energía La Troncal	15

Fuente: Instituto Nacional de Electrificación

Elaboración: La autora

4.5 Impacto financiero - económico

Los activos del Sistema Eléctrico de la CNEL EP y de la CENTROSUR C.A, no registran contablemente lo dispuesto por las Normas Internacionales de Contabilidad 16 y 37, particularmente en lo que se refiere a los valores para el desmantelamiento, afectando a las cuentas de activos, pasivos, patrimonio, gastos y resultados.

El valor total del desmantelamiento del Sistema Eléctrico del Cantón la Troncal de propiedad de la CNEL EP Regional Milagro asciende a 1 334.550,68 USD, que representa el 15,84 %, en promedio, con respecto al valor total de los activos históricos, dicho porcentaje difiere para cada una de las etapas funcionales de acuerdo a la vida útil de los activos; para aquellos que tienen una vida útil de 30 años el porcentaje del desmantelamiento es del 8,19%, para los activos con una vida útil de 25 años es el 12,42% y para los activos que tienen una vida útil de 15 años es del 28,61%; no obstante, en valores absolutos no son iguales, debido a que los valores históricos son diferentes, como se detalla en la Tabla 2.

Tabla 2. Resumen de valores totales por desmantelamiento de Propiedad, Planta y Equipo, del sistema eléctrico del cantón La Troncal de propiedad de la CNEL EP REGIONAL MILAGRO, según valores históricos.

No.	Elemento	Valor histórico	Valor por desmantelamiento	%
1	Edificios y estructuras subestación la troncal	36.175,20	2.961,59	8,19
2	Equipos de subestación la troncal	359.803,19	29.456,33	8,19

3	Postes, torres y accesorios línea de s/t s/e troncal- s/e el triunfo	469.946,80	38.473,56	8,19
4	Conductores y accesorios en línea de s/t s/e troncal – s/e el triunfo	182.613,04	14.950,15	8,19
5	Postes, torres y accesorios en M.T. y B.T. la troncal	2.432.191,88	302.175,49	12,42
6	Conductores y accesorios en M.T. y B.T. la troncal	1.630.109,35	202.524,76	12,42
7	Transformadores de distribución la troncal	1.212.367,68	150.624,54	12,42
8	Equipos de protección y seccionamiento	48.791,63	6.061,87	12,42
9	Sistema de alumbrado público la troncal	1.037.549,47	296.869,55	28,61
10	Acometidas en sistemas de medición la troncal	388.297,12	111.101,78	28,61
11	Medidores de energía la troncal	626.826,14	179.351,06	28,61
	Total general por desmantelamiento	8.424.671,50	1.334.550,68	15,84

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos validados por el Perito

El valor total por desmantelamiento del Sistema Eléctrico del Cantón la Troncal de propiedad de la de la CENTROSUR C.A, asciende a 570.627,19 USD, que representa el 17,26% en promedio, con respecto al valor total de los activos históricos, dicho porcentaje difiere para cada una de las etapas funcionales de acuerdo a la vida útil de los activos; para aquellos que tienen una vida útil de 30 años el porcentaje del desmantelamiento es del 8,19%, para los activos con una vida útil de 25 años es el 12,42% y para los activos que tienen una vida útil de 15 años es del 28,61%; no obstante, en valores absolutos no son iguales, debido a que los valores históricos son diferentes, como se detalla en la Tabla 3.

Tabla 3. Resumen de valores totales por desmantelamiento de Propiedad, Planta y Equipo de la CENTROSUR C.A, según valores historicos

No.	Elemento	Valor histórico	Valor por desmantelamiento	%
1	Edificios y estructuras subestación La Troncal	16.422,51	1.344,48	8,19
2	Equipos de subestación La Troncal	204.059,55	16.705,93	8,19
3	Postes, torres y accesorios línea de s/t s/e Troncal – s/e El Triunfo			
4	Conductores y accesorios en línea de s/t s/e Troncal – s/e El Triunfo			

No.	Elemento	Valor histórico	Valor por desmantelamiento	%
5	Postes, torres y accesorios en M.T. y B.T. La Troncal	1.196.890,99	148.701,72	12,42
6	Conductores y accesorios en M.T. y B.T. La Troncal	331.027,51	41.126,85	12,42
7	Transformadores de distribución La Troncal	468.970,97	58.264,95	12,42
8	Equipos de protección y seccionamiento	42.441,68	5.272,95	12,42
9	Sistema de alumbrado público La Troncal	366.586,14	104.889,71	28,61
10	Acometidas en sistemas de medición La Troncal	243.966,36	69.805,04	28,61
11	Medidores de energía La Troncal	435.177,86	124.515,56	28,61
	Total general por desmantelamiento	3.305.543,57	570.627,19	17,26

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos validados por el Perito.

Se presenta el resumen comparativo del efecto del cálculo del desmantelamiento de la Propiedad, Planta y Equipo del sistema eléctrico de la CNEL EP REGIONAL MILAGRO y de la CENTROSUR C.A., con sus respectivos valores, el mismo que representa en total 1 905.177,87 USD, como se detalla en la Tabla 3.

Tabla 4. Valor total por desmantelamiento de Propiedades, Planta y Equipo del sistema eléctrico del cantón La Troncal, de propiedad de la CNEL EP REGIONAL MILAGRO Y DE LA CENTROSUR C.A, según valores históricos.

No.	Elemento	CNEL EP		CENTROSUR C.A	
		Valor histórico	Valor por desmantelamiento	Valor histórico	Valor por desmantelamiento
1	Edificios y estructuras subestación La Troncal	36.175,20	2.961,59	16.422,51	1.344,48
2	Equipos de subestación La Troncal	359.803,19	29.456,33	204.059,55	16.705,93
3	Postes, torres y accesorios línea de s/t s/e Troncal- s/e El Triunfo	469.946,80	38.473,56		
4	Conductores y accesorios en línea de s/t s/e Troncal – s/e El Triunfo	182.613,04	14.950,15		
5	Postes, torres y accesorios en M.T. y B.T. la troncal	2.432.191,88	302.175,49	1.196.890,99	148.701,72

No.	Elemento	CNEL EP		CENTROSUR C.A	
		Valor histórico	Valor por desmantelamiento	Valor Histórico	Valor por desmantelamiento
6	Conductores y accesorios en M.T. y B.T. la troncal	1.630.109,35	202.524,76	331.027,51	41.126,85
7	Transformadores de distribución la troncal	1.212.367,68	150.624,54	468.970,97	58.264,95
8	Equipos de protección y seccionamiento	48.791,63	6.061,87	42.441,68	5.272,95
9	Sistema de alumbrado público La Troncal	1.037.549,47	296.869,55	366.586,14	104.889,71
10	Acometidas en sistemas de medición La Troncal	388.297,12	111.101,78	243.966,36	69.805,04
11	Medidores de energía La Troncal	626.826,14	179.351,06	435.177,86	124.515,56
	TOTAL USD	8.424.671,50	1.334.550,68	3.305.543,57	570.627,19

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos validados por el Perito.

En la Figura 1, se demuestra los valores totales por concepto del desmantelamiento que se aplicaría en los registros contables de Propiedades, Planta y Equipo de la CNEL EP REGIONAL MILAGRO Y DE LA CENTROSUR C.A, según valores históricos, con el respectivo impacto en los activos totales.

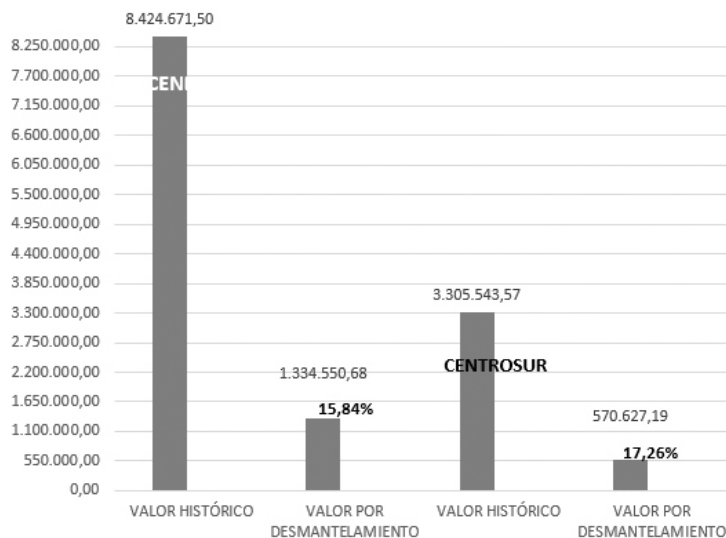


Figura 1. Valores históricos y costos por desmantelamiento de Propiedad, Planta y Equipo del sistema eléctrico de la CNEL EP y de la CENTROSUR C.A.

El resultado final del impacto financiero es un incremento en el activo por el nuevo costo por desmantelamiento, incremento en el pasivo por efecto de la cuenta denominada provisión por desmantelamiento y el incremento en las cuentas de gastos de provisión por desmantelamiento y el gasto financiero por desmantelamiento,

lo que significa finalmente un incremento de los gastos con afectación directa a los resultados finales, esto es, una disminución del superávit o incremento del déficit.

El efecto final por el incremento en el valor de los activos por DESMANTELAMIENTO DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO DE LA CNEL EP, representa el 3% con respecto al costo histórico y el 13% por gasto financiero, que se acreditará paulatinamente, durante toda la vida útil del activo; en el caso de la CENTROSUR C.A el total general del desmantelamiento representa en promedio el 4% con respecto al costo histórico y el 14% por gasto financiero durante toda la vida útil del activo, como se detalla en las Tablas 5 y 6.

Tabla 5. Incremento en el valor de los activos por desmantelamiento y gasto financiero de Propiedades, Planta y Equipo del Sistema Eléctrico del Cantón La Troncal, de propiedad de la CNEL EP REGIONAL MILAGRO

No	Elemento	Valor histórico del activo	Incremento del activo por desmantelamiento	Gasto financiero	Valor del desmantelamiento
1	Edificios y estructuras	36.175,20	242,46	2.719,13	2.961,59
2	Equipos de subestación	359.803,19	2.411,53	27.044,81	29.456,33
3	Postes, torres y accesorios línea de s/t	469.946,80	3.149,75	35.323,81	38.473,56
4	Conductores y accesorios en línea de s/t	182.613,04	1.223,94	13.726,21	14.950,15
5	Postes, torres y accesorios en m.t. y b.t.	2.432.191,88	37.542,28	264.633,21	302.175,49
6	Conductores y accesorios en m.t. y b.t.	1.630.109,35	25.161,67	177.363,09	202.524,76
7	Transformadores de distribución	1.212.367,68	18.713,59	131.910,95	150.624,54
8	Equipos de protección y seccionamiento	48.791,63	753,13	5.308,74	6.061,87
9	Sistema de alumbrado público	1.037.549,47	84.942,00	211.927,55	296.869,55
10	Acometidas en sistemas de medición	388.297,12	31.789,07	79.312,71	111.101,78
11	Medidores de energía	626.826,14	51.316,94	128.034,11	179.351,06
	TOTAL	8.424.671,50	257.246,36	1.077.304,32	1.334.550,68
		100%	3%	13%	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos validados por el Perito.

Tabla 5. Incremento en el valor de los activos por desmantelamiento y gasto financiero de Propiedades, Planta y Equipo del Sistema Eléctrico de la Centrosur C.A.

No.	Elemento	Valor histórico del activo	Incremento del activo por desmantelamiento	Gasto financiero	Valor del desmantelamiento
1	Edificios y estructuras	16.422,51	110,07	1.234,41	1.344,48
2	Equipos de subestación	204.059,55	1.367,68	15.338,25	16.705,93
3	Postes, torres y accesorios línea de s/t				0,00
4	Conductores y accesorios en línea de s/t				0,00
5	Postes, torres y accesorios en M.T. y B.T.	1.196.890,99	18.474,70	130.227,02	148.701,72
6	Conductores y accesorios en M.T. y B.T.	331.027,51	5.109,60	36.017,25	41.126,85
7	Transformadores de distribución	468.970,97	7.238,84	51.026,11	58.264,95
8	Equipos de protección y seccionamiento	42.441,68	655,11	4.617,84	5.272,95
9	Sistema de alumbrado público	366.586,14	30.011,64	74.878,07	104.889,71
10	Acometidas en sistemas de medición	243.966,36	19.973,01	49.832,03	69.805,04
11	Medidores de energía	435.177,86	35.627,10	88.888,46	124.515,56
TOTAL		3.305.543,57	118.567,75	452.059,44	570.627,19
		100%	4%	14%	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos validados por el Perito.

Finalmente, el impacto total en la Propiedades, Planta y Equipo de la CNEL EP REGIONAL MILAGRO Y DE LA CENTROSUR C.A, representa el 3% respecto al incremento de los activos y el 13% por gasto financiero, como se demuestra en la Figura 2.

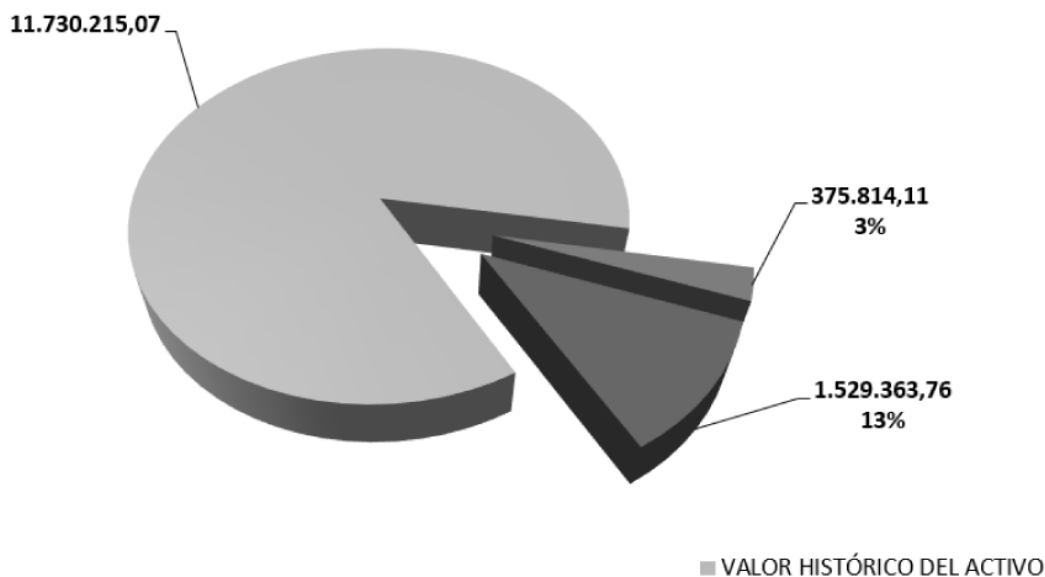


Figura 2. Valor de los activos de propiedad de la CNEL EP regional Milagro y de la CENTROSUR CA, según el incremento por desmantelamiento y los gastos financieros.

El efecto final es un incremento en el registro contable de las Propiedades, Planta y Equipo por el valor de 375.814,11 USD, lo que mejora la situación financiera de la CNEL EP regional Milagro y de la CENTROSUR CA.; sin embargo, durante la vida útil estimada de los activos, se tendrá que cargar a los gastos por depreciación, gasto por provisión y gasto financiero por desmantelamiento el valor total de 1 529.363,76 USD; afectando a la situación económica y disminuyendo el superávit o incrementando el déficit, de acuerdo a los resultados finales que obtenga las empresas del sistema eléctrico por cada año, durante la vida útil estimada para las Propiedades, Planta y Equipo.

5.- Conclusiones

- En los informes de los Auditores Externos y Comisario constan recomendaciones referentes a la necesidad de realizar un estudio sobre las reservas para el desmantelamiento y restauración del medio ambiente para los activos de la empresa, de conformidad a lo dispuesto por las Normas Internacionales de Contabilidad 16 y 37.
- La estimación del valor para el desmantelamiento se realizó considerando el valor total del costo histórico de los activos valorados, clasificados por sus etapas funcionales, al cual se aplica el cálculo del valor actual como costo alternativo del capital que se invertirá, para obtener el valor presente de una cantidad que se espera erogar en algún momento del futuro, llegando al valor total de 1 905.177,87 USD, desagregado en 1 334.550,68 USD para la CNEL EP y 570.627,19 USD para la CENTROSUR C.A. Valores que se destinarán para la fase de retiro, que incluye la parte técnica (desarmado; derrocamiento y producción de escombros; transporte de piezas y escombros); y, la parte ambiental (disposición final de residuos y desechos; conformación de suelo y cobertura vegetal, entre otros); esto es, el costo ambiental de remediación que se pueda incurrir al momento de retirar el activo.

- El valor total de reemplazo a nuevo asciende a 11 730.215,09 USD; de este valor se obtiene el 20,11% que representa el costo de la mano de obra para el montaje del activo, definido en función de los precios establecidos por la CENTROSUR C.A, que representa el valor de 2 358.946,23 USD; y, el porcentaje estimado para el valor de la mano de obra para el desmontaje es de aproximadamente el 60% del costo de la mano de obra para el montaje, que asciende a 1 415.367,74 USD. Este valor no incluye el costo ambiental para remediación para retiro del activo, con lo cual se demuestra que el valor determinado para el desmantelamiento, esto es, de 1 905.177,87 USD, es un monto calculado con un procedimiento metodológico y técnico muy cercano a la realidad y que no causará desajustes drásticos en la situación económica y financiera de la empresa.
- El servidor responsable del registro contable, debe informar mediante notas explicativas a los estados financieros sobre el incremento del activo, pasivo contingente, incremento de los gastos y disminución del superávit o incremento del déficit, producto de la aplicación de las Normas Internacionales de Contabilidad 16 y 37, referente al desmantelamiento.
- Se puede incrementar o disminuir el valor del desmantelamiento por la variación de las tasas de inflación, o por la fluctuación de la tasa de interés activa referencial que emite periódicamente el Banco Central del Ecuador; o, por cualquier otro parámetro que finalmente la empresa pueda decidir para provisionar los valores por desmantelamiento.
- Todas las empresas y entidades deben aplicar las NIC 16 y 37, respecto al desmantelamiento y provisión del pasivo, con la finalidad de presentar estados financieros apegados a la realidad, para la toma de decisiones oportunas.

Referencias

- IFRS FOUNDATION (2017), NIIF Pymes
- Servicio de Rentas Internas SRI (2010) Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. Registro Oficial Suplemento 209 del 8 de junio de 2010, Decreto Ejecutivo No. 374
- Mantilla, S.A. (2012). Estándares/Normas Internacionales de Información Financiera IFRS (NIIF) (Tercera edición) Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ministerio de Finanzas, Acuerdo ministerial 037 (2012). Ecuador
- IICE y FNCE (2009). Plan de adopción y socialización en el Ecuador de las Normas Internacionales de Información Financiera y de las Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento. Guayaquil.
- Superintendencia de Compañías del Ecuador (2018), Portal de Información.
- Mundial, B. (2004), Informe Sobre la Observancia de los Códigos y las Normas.
- Instituto Ecuatoriano de Electrificación (INECEL) 1961.
- Rodríguez, J., (2014), valoración, confirmación o rectificación de la valoración de la Propiedades, Planta y Equipos (Activos Fijos), incluye estimación por desmantelamiento, de propiedad de la empresa eléctrica regional Centro Sur, con corte a junio de 2016.

NUEVO DICTAMEN DE AUDITORÍA, UNA RESPUESTA AL NUEVO CONTEXTO O A LAS LIMITACIONES AL MODELO DE CUMPLIMIENTO

NEW AUDIT OPINION, A RESPONSE TO THE NEW CONTEXT OR LIMITATIONS TO THE COMPLIANCE MODEL



Gustavo Daniel Abdelnur¹
gabdelnur@face.unt.edu.ar

Resumen

El IAASB aprobó cambios en el informe del Auditor. El resultado fue un mejorado informe que proporciona más transparencia sobre aspectos clave de auditoría y que describe, de mejor forma, lo que una auditoría es y lo que un Auditor hace. El nuevo informe es aplicable para las auditorías de Estados Financieros terminados a partir del 15 de diciembre de 2016 ¿Qué hay de nuevo en el informe del Auditor?

- La sección de “Opinión” se presenta en primer lugar, seguida de la sección “Bases de Opinión”, a menos que exista una ley o regulación aplicable que indique lo contrario.
- Declaración sobre la independencia del Auditor y el cumplimiento de las responsabilidades éticas, de acuerdo al código aplicable con referencia al Código de Ética emitido por el IESBA.
- Apartado dedicado a las cuestiones de “Empresa en Marcha”, cuando fuera necesario.
- Nueva sección para comunicar los asuntos clave de auditoría (KAM).

Palabras Claves: Opinión – Bases de Opinión – KAM –Negocio en Marcha – NIA

Abstract

The IAASB approved changes in the Auditor’s report. The result was an improved report that provides more transparency on key aspects of audit and describes, in a better way, what an audit is and what an Auditor does. The new report is applicable for audits of financial statements completed as of December 15, 2016. What’s new in the Auditor’s report?

- The “Opinion” section is presented first, followed by the “Opinion Bases” section, unless there is an applicable law or regulation that indicates otherwise.
- Declaration on the independence of the Auditor and the fulfillment of the ethical responsibilities, according to the applicable code with reference to the Code of Ethics issued by the IESBA (International Ethics Standards Board for Accountants).
- Section dedicated to the issues of Business on the Move, when necessary.
- New section to communicate key audit issues (Key Audit Matters - KAM).

Keywords: Opinion - Opinion Bases - KAM - Business in March - NIA

Código JEL: Código JEL: A19
Código DOI: 10.25097/rep.n27.2018.05

¹ Especialista en Auditoría. Contador Público Nacional. Profesor Adjunto Regular de la Materia “Auditoría”. Carrera: Contador Público Nacional – Facultad de Ciencias Económicas y Administración – Universidad Nacional de Catamarca, ORCID: 0000-0001-8273-1410

1. Introducción

Sin dudas, el informe del Auditor, la principal herramienta de comunicación de este con los usuarios de los Estados Financieros, está experimentando cambios drásticos alrededor del mundo. Un reporte de auditoría “más informativo” es el cambio más visible en la profesión de Auditor externo en más de 50 años.

En la mayoría de los países donde se implementó esta nueva estructura tuvo una reacción positiva de todos los involucrados.

El IAASB aprobó los cambios en el informe del Auditor en septiembre de 2014 y fue liberado para su adopción a principios de 2015, para los ejercicios económicos finalizados a partir del 15 de diciembre de 2016, inclusive.

El resultado final de este proceso es un nuevo y mejorado informe que proporciona más transparencia sobre aspectos clave de auditoría y que describe, de mejor forma, lo que es una auditoría y lo que hace un Auditor. (IAASB, 2016)

2. Marco teórico

2.1 Definiciones

Estados financieros con fines generales: son los Estados Financieros preparados de conformidad con un marco de información con fines generales (por ejemplo, las Normas Internacionales de Información Financiera).

Marco de información con fines generales: es un marco de información financiera diseñado para satisfacer las necesidades comunes de información financiera de un amplio espectro de usuarios.

El marco de información financiera puede ser un marco de presentación razonable o un marco de cumplimiento.

El término “marco de presentación razonable” se utiliza para referirse a un marco de información financiera que requiere el cumplimiento de sus requerimientos y, además, reconoce de forma explícita o implícita que, para lograr la presentación razonable de los Estados Financieros, puede ser necesario que la dirección revele información adicional a la requerida específicamente por el marco o reconoce, explícitamente, que puede ser necesario que la dirección no cumpla alguno de los requerimientos del marco para lograr la presentación razonable de los Estados Financieros. Se espera que esto sólo sea necesario en circunstancias extremadamente poco frecuentes.

Un “marco de cumplimiento” se utiliza para referirse a un marco de información financiera que requiere el cumplimiento de sus requerimientos, sin contemplar las posibilidades descritas en los apartados anteriores.

Opinión no modificada (favorable): opinión expresada por el Auditor cuando concluye que los Estados Financieros han sido preparados, en todos los aspectos materiales, de conformidad con el marco de información financiera aplicable.

2.2 El por qué de la nueva estructura

Aunque el formato de opinión actual (cumple o no cumple) sigue siendo valioso, no proporciona a los usuarios otros comentarios sobre el proceso de la auditoría. Este nuevo formato está diseñado para ser de gran ayuda para los miembros del Comité de auditoría (en conjunto con el Consejo de Administración y Accionistas) y otros responsables de vigilar la adecuada preparación de los Estados Financieros, al comprender las implicaciones de un documento más informativo, así como la importancia de su rol en el proceso de la auditoría.

No es de extrañarse que existan muchas preguntas sobre las cuales, los inversionistas y otros usuarios, consideran lo más relevante del nuevo informe de auditoría: Comunicar los asuntos clave de auditoría (IFAC, 2017).

Los KAM proporcionan la oportunidad para compartir las perspectivas del Auditor con los usuarios de los Estados Financieros sobre los asuntos que son de mayor trascendencia sobre la auditoría del período que se informa. Además, y aún más importante, es que estos asuntos fueron probablemente objeto de un diálogo más sólido del Auditor con el Comité de auditoría.

Básicamente, lo que se buscó con este cambio fue satisfacer la necesidad de incrementar el valor de la información proporcionada por los Auditores haciendo que la información que proporciona el informe de auditoría sea más relevante para los usuarios (útil para la toma de decisiones).

Los KAM son exigibles para los informes de auditoría de entidades listadas (cotizadas) o en aquellos casos que así lo establezcan disposiciones legales o por voluntad del Auditor.

2.3 Nueva estructura del reporte

El informe de auditoría de Estados financieros con fines generales tiene como objetivo emitir una opinión sobre el cumplimiento razonable o no que estos hacen del marco de información financiera aplicable. La estructura de este es la siguiente:

Tabla 1. Estructura del reporte

Título	Responsabilidad del Auditor en relación con la auditoría de los Estados Financieros
Destinatario	
Opinión	Otras responsabilidades de información
Fundamento de la opinión	Nombre del socio del encargo
Empresa en funcionamiento	Firma del Auditor
Cuestiones clave de la auditoría	Dirección del Auditor
Responsabilidades en relación con los Estados Financieros.	Fecha del informe de auditoría

Elaboración: el autor.

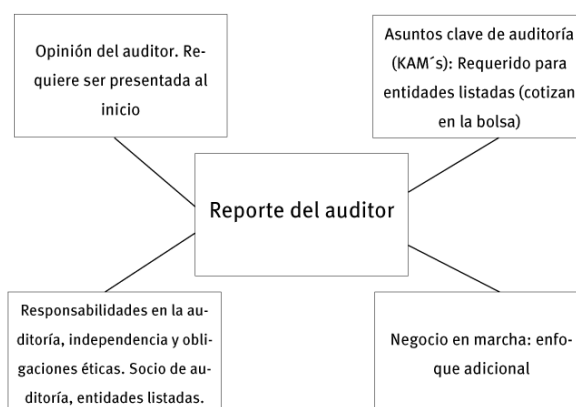


Figura 1. Nueva estructura del reporte del Auditor

2.4 Marco normativo del reporte del Auditor

De igual forma, durante el 2015 fueron aprobadas modificaciones a las siguientes ISA (descritas en la tabla 2) para conformarlas con los cambios efectuados a la ISA 700.

Tabla 2. Formación de la opinión y dictamen sobre los Estados Financieros

<p>ISA 701 (nueva)</p> <p>Nueva sección: Comunicar asuntos clave de Auditoría.</p>	<p>ISA 705 (modificada)</p> <p>Modificaciones a la opinión del Auditor.</p>	<p>ISA 570 (modificada)</p> <p>Mejora en el informe del Auditor relativo a negocio en marcha.</p>	<p>ISA 720 (modificada)</p> <p>Nueva sección: Responsabilidad del Auditor en relación con otro tipo de información que se incluye en el informe anual de la entidad.</p>
---	--	--	---

Elaboración: El autor

3. Discusión y resultados

3.1 ¿Qué hay de nuevo en el informe del Auditor?

- La sección de “Opinión” se presenta en primer lugar, seguida de la sección “Bases de Opinión”, a menos que exista una ley o regulación aplicable que indique lo contrario.
- Declaración sobre la “Independencia del Auditor” y el cumplimiento de las “Responsabilidades éticas”, de acuerdo con el Código aplicable con referencia al “Código de ética”. (IESBA, 2018).
- Nueva sección para comunicar los “Asuntos clave de auditoría” (KAM). Los asuntos claves de auditoría son aquellas cuestiones que, a juicio del Auditor, fueron de gran importancia en la auditoría de los Estados Financieros del ejercicio en curso. Esta sección de KAM solo será aplicable para informes de auditoría de entidades públicas y otras entidades de interés público.
- La mejora en el informe relativo a “Negocio en marcha”, incluye:
 - Descripción de las respectivas responsabilidades de la gerencia y el Auditor sobre negocio en marcha.
 - Una sección por separado cuando existe incertidumbre material y es adecuado revelarlo bajo el título “incertidumbre material relacionada con Negocio en Marcha”.
 - Nuevo requerimiento para la adecuada revelación de si la entidad está significativamente cerca de tener en duda su capacidad de continuar como “Negocio en marcha”, desde el punto de vista del marco financiero aplicable y cuando existen eventos o condiciones identificados.
 - La descripción de las responsabilidades propias del Auditor y las características fundamentales de la auditoría. Ciertos componentes de la descripción de las responsabilidades del

Auditor pueden presentarse en un apéndice al informe del Auditor.

¿Desde cuándo son efectivos estos cambios? El nuevo informe del Auditor y las normas aplicables son efectivas para las auditorías de los Estados Financieros correspondientes a ejercicios terminados a partir del 15 de diciembre de 2016, inclusive.

3.2 Cuestiones clave de la auditoría KAM – ISA 701

Son cuestiones que, a juicio profesional, fueron las de mayor importancia en la auditoría de los Estados Financieros del período actual. Las cuestiones clave de auditoría son seleccionadas de cuestiones comunicadas a los encargados del gobierno de la entidad.

El Auditor debe seleccionar, de las cuestiones comunicadas a los encargados del gobierno, aquellas que requirieron de su atención significativa al llevar a cabo la auditoría, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Las áreas de mayor riesgo valorado de incorrección material o de riesgos
- significativos identificados de conformidad con la ISA 315.
- Los juicios significativos del Auditor relativos a áreas en los Estados Financieros,
- que involucran juicios significativos de la dirección, incluyendo estimaciones contables que se han identificado como que tienen una alta incertidumbre en la estimación.
- El efecto en la auditoría de eventos o transacciones significativas ocurridas durante
- el período.
- El Auditor debe determinar cuáles de las cuestiones determinadas fueron de mayor
- importancia en la auditoría de los Estados Financieros del período actual y por lo tanto son cuestiones clave de la auditoría.
- En algunas **circunstancias limitadas**, es posible que no existan KAM a comunicar. Se
- requiere que el Auditor incluya cada KAM a menos que:
- Exista una ley o reglamento que impida su divulgación pública.
- En circunstancias excepcionales, cuando el Auditor determine que un asunto no
- debe ser comunicado, pues las consecuencias adversas de hacerlo podrían superar razonablemente los beneficios del interés público de dicha publicación.
- Ejemplo de KAM son los siguientes:
- Plusvalía que debe ser probada por deterioro y su prueba reviste complejidad.
- Instrumentos financieros para cuya medición se usaron modelos internos ya que no
- tienen una cotización pública.
- Valoración de activos y pasivos en un plan de pensiones de beneficios definidos.
- Reconocimiento de ingresos de un producto que tiene una garantía cuyo plazo hace
- difícil las provisiones.
- Provisiones por reestructuración.

3.3 Negocio en marcha – ISA 570

El Auditor tiene la responsabilidad de obtener evidencia de auditoría suficiente y adecuada, y concluir sobre la idoneidad de la utilización por parte de la dirección de las bases contables de una empresa en funcionamiento para la preparación de los Estados Financieros, así como, determinar si, con base en la evidencia obtenida, existe alguna incertidumbre de la entidad para continuar como empresa en funcionamiento.

Estas responsabilidades existen aún en el caso que el marco de información financiera utilizado para la preparación de los Estados Financieros no contenga como requerimiento explícito que la dirección realice una valoración específica de la capacidad de la entidad para continuar como empresa en funcionamiento.

El Auditor deberá informar respecto al resultado de su conclusión.

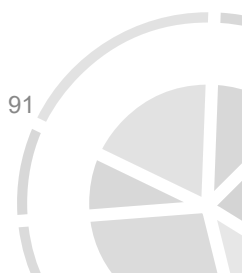


Tabla 3. Ejemplo de revelación en el informe del Auditor

<p>Responsabilidad del Auditor:</p> <p>Concluir sobre lo apropiado del uso de la dirección de las bases contables de empresa en funcionamiento y, con base en la evidencia obtenida, si existe una incertidumbre material relativa a eventos o condiciones que puedan originar una duda significativa sobre la capacidad de la Compañía para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se nos pide llamar la atención en nuestro informe del Auditor sobre la información a revelar respectiva a los Estados Financieros o, si dicha información a revelar es insuficiente para modificar nuestra opinión. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe del Auditor. Sin embargo, hechos o condiciones futuros pueden causar que la Compañía deje de ser una empresa en funcionamiento.</p>	<p>Responsabilidad del Auditor:</p> <p>Los cambios en las ISA 700 y 701 incluyen una descripción más amplia de las responsabilidades de la administración y del Auditor, incluidas aquellas relativas a “Negocio en marcha”.</p> <p>Debido a esto, dichas secciones pueden presentarse por separado en un informe adicional.</p>
---	---

Elaboración: El autor

3.4 El estado actual del cambio

La comunicación de los KAM no es un reemplazo o complemento a la perspectiva de la administración plasmada en sus Estados Financieros, ni se busca llenar los huecos en revelaciones que se perciban como incompletas u omitidas en los Estados Financieros (no son sustitutos de una opinión modificada). La consideración del Auditor sobre lo apropiado y adecuado de las revelaciones es parte del trabajo para emitir una opinión sobre los Estados Financieros.

Es claro que frecuentemente habrá una relación estrecha entre los KAM y las áreas de complejidad o de juicios significativos en los Estados Financieros, debido a la naturaleza misma de la auditoría, la cual está basada en un enfoque que dirige la atención del Auditor a los asuntos en los que existe un mayor riesgo de incorrección material.

La intención de los KAM es proveer transparencia a los usuarios sobre cómo estos asuntos afectaron el plan de auditoría y cómo se trataron dichos asuntos en los Estados Financieros.

Respecto a los efectos en la relación y diálogo entre el Auditor y el Comité de auditoría/Consejo de Administración, la inclusión de los KAM enriquece la comunicación entre ambas partes del encargo e incrementa la atención por parte de la Compañía sobre las revelaciones referidas en el informe del Auditor.

La experiencia viene señalando que no hay diferencias de opinión acerca de los KAM a incluirse en el informe de auditoría, siempre y cuando la Administración, el Comité de auditoría y el Auditor entiendan el objetivo de proveer mayor transparencia sobre el proceso del encargo y que haya existido un diálogo continuo durante el proceso de auditoría, desde la etapa de planeación sobre aquellos asuntos candidatos a convertirse en KAM.

De mucha utilidad será para la Compañía, observar un borrador del informe de auditoría tan pronto como sea posible y antes de su formalización, no implicando esta práctica la idea de “consensuar” el mismo, en el mal sentido de la palabra.

Las Normas de auditoría requieren que el Auditor comunique a los encargados del gobierno corporativo ciertos asuntos, incluyendo el punto de vista sobre aspectos cualitativos de las prácticas contables, estimaciones y revelaciones. El objetivo de esta comunicación es proveer a aquellos responsables de

supervisar la información financiera, cualquier observación incluyendo preocupaciones que el Auditor tenga sobre estos temas.

Algunos usuarios han recibido de manera positiva esta transparencia adicional de los KAM y los comentarios del Auditor. Otros están preocupados por una posible interpretación errónea como opiniones individuales de los temas y que no se revise la opinión sobre los Estados Financieros en su conjunto.

Este reporte más informativo puede apoyar la función de gestión de la administración de la Compañía, mediante la creación de un vínculo más estrecho entre la función de auditoría, las responsabilidades de la alta dirección y el Comité de auditoría.

3.5 El impacto del nuevo reporte en el Auditor y su tarea

El número de KAM en el informe de auditoría es el resultado de una evaluación que implica el juicio del Auditor y la importancia relativa de los mismos. Las normas de auditoría no prescriben o limitan el número de KAM a ser reportados.

Como mencionamos anteriormente en esta ponencia, la intención del Auditor al comunicar los KAM es proporcionar mayor transparencia a los usuarios, por ende, estos asuntos deben ser incluidos en el reporte del Auditor, a menos que una ley o regulación lo impida. De ninguna manera, un KAM podrá ser un elemento que supla alguna deficiencia cometida por la empresa en la preparación de los Estados Financieros; estas situaciones derivarán en una modificación de la Opinión de auditoría.

En circunstancias extremadamente raras, el Auditor puede determinar que el asunto no debe ser comunicado debido a las consecuencias adversas que puede provocar hacerlo, en comparación con los beneficios de hacer en el interés del público.

La principal preocupación actualmente es evitar que los KAM comiencen a suplir la emisión de una opinión modificada (con salvedades, adversa o abstención de emitirla), en lugar de cumplir con su objetivo primordial que es proporcionar información útil y pertinente para los inversionistas.

Sobre la calidad del encargo de auditoría, este reporte más informativo brinda más transparencia acerca de qué es una auditoría y cómo se lleva a cabo. Esto representa al menos un efecto positivo sobre la calidad de la auditoría. Probablemente, el Auditor no ejecutará procedimientos adicionales o diferentes, pero se preguntará si lo que informa a los usuarios sobre cómo se atacaron los aspectos más importantes está adecuadamente plasmado en sus papeles de trabajo.

Respecto al tiempo y la extensión del encargo, el nuevo reporte de auditoría representa un impacto, pero si el Auditor sabe manejarlo a lo largo del proceso de la auditoría, este no será significativo ni impactará en sus honorarios.

El principal problema que se observa en algunos países donde coexisten las normas internacionales con normas locales, es la diferencia en los reportes de auditoría que presentan las empresas que cotizan en bolsa respecto de las que no. Esto ocasiona un problema de comparabilidad y uniformidad y hasta la creencia que un encargo podría ser de mayor calidad que el otro.

El IAASB sigue de cerca las reacciones, considerando si otras mejoras pueden dar mayor valor al informe del Auditor, siempre buscando que sean útiles para el público inversionista.

3.6. Ejemplo de informe de auditoría con la nueva estructura

Informe de los Auditores independientes al Consejo de Administración y Accionistas de la Entidad XX SA

Opinión

Hemos auditado los Estados Financieros adjuntos de la Entidad XX SA (la Entidad), los cuáles comprenden los estados de situación financiera al 31 de diciembre de 2017 y 2016, y los estados del resultado, los cambios en el capital contable y de flujos de efectivo, correspondientes a los ejercicios que terminaron en dichas fechas, así como un resumen de las políticas contables significativas y otra información explicativa. En nuestra opinión, los Estados Financieros adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos significativos, la situación financiera de la Entidad XX SA al 31 de diciembre de 2017 y 2016, así como sus resultados y sus flujos de efectivo correspondientes por los ejercicios que terminaron en dichas fechas, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

Bases de la Opinión

Nuestra auditoría fue efectuada de acuerdo con las Normas Internacionales de auditoría. Nuestras responsabilidades bajo estas normas se describen con más detalle en la sección de responsabilidades del Auditor para la auditoría de los Estados Financieros de este informe. Somos independientes de la Entidad XX SA de acuerdo con las disposiciones del Código de Ética para Contadores Públicos emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética (IESBA), y hemos cumplido con nuestras otras responsabilidades éticas en conformidad con estos requisitos. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente para proporcionar una base razonable para nuestra opinión.

Asuntos Clave de auditoría

Asuntos Clave de auditoría son aquellos asuntos que fueron de mayor importancia en nuestra auditoría de los Estados Financieros del período actual. Estas cuestiones fueron abordadas en el marco de nuestra auditoría considerados como un todo, y en la formación de nuestra opinión al respecto, por lo que no representan una opinión por separado sobre estos asuntos. La cantidad de ingresos y ganancias reconocidos en el ejercicio por la venta del producto “Z” y los servicios post venta, dependen de la adecuada valoración de si a cada contrato post venta a largo plazo se lo vincula o no del contrato de la venta del producto. Como los acuerdos comerciales pueden ser complejos, se aplica el juicio significativo en la selección de la base contable en cada caso. En nuestra opinión, el reconocimiento de ingresos es un riesgo significativo para nuestra auditoría ya que la Entidad podría reconocer inapropiadamente las ventas del producto “Z” y los acuerdos de servicio a largo plazo como un único acuerdo para efectos contables. Esto puede conducir a que los ingresos y las ganancias sean reconocidos de manera anticipada ya que el margen en el acuerdo de servicio a largo plazo suele ser mayor que el margen en el contrato del producto “Z” dentro del contrato de venta.

Nuestros procedimientos de auditoría para cubrir el riesgo significativo en relación con el reconocimiento de ingresos incluyeron:

1. Pruebas de controles, con la asistencia de nuestros especialistas en Tecnologías de la Información, incluyendo entre otros, aquellos sobre la fuente de información de datos de las campañas publicitarias individuales, sus términos y precios; la comparación de dichos términos y precios contra los contratos relativos a las agencias de publicidad existentes; y su relación con los datos observados; y
2. Análisis detallados de los ingresos y el momento de su reconocimiento, en base a las expectativas derivadas de nuestro conocimiento de la industria y de los datos de mercado externos, dando seguimiento a las variaciones de nuestras expectativas.

En la Nota 3, a los Estados Financieros se incluyen las revelaciones de la Entidad sobre el reconocimiento de ingresos, lo que explica específicamente el tratamiento de los contratos de servicios post venta utilizados en los supuestos clave para evitar un reconocimiento de ingresos anticipado.

Otra información incluida en el documento que contienen los Estados Financieros auditados

La administración es responsable de la otra información que acompaña a los Estados Financieros objeto de nuestro encargo de auditoría. La otra información comprende al reporte anual que se presenta según las disposiciones de carácter general aplicables a los emisores de valores en Argentina.

Nuestra opinión sobre los Estados Financieros no cubre la otra información y no podemos expresar cualquier tipo de opinión al respecto.

En relación con nuestra auditoría de los Estados Financieros, es nuestra responsabilidad leer la otra información y, al hacerlo, considerar si esta es materialmente consistente con los Estados Financieros o con nuestros conocimientos obtenidos en la auditoría, o de lo contrario si parece estar materialmente distorsionada. Si, sobre la base del trabajo que hemos realizado, podemos concluir que existe una inexactitud importante de esta otra información, estamos obligados a notificar este hecho. No tenemos nada que informar a este respecto.

Responsabilidades del Auditor para la auditoría de los Estados Financieros (ver Anexo A)

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable acerca de si los Estados Financieros como un todo están libres de incorrecciones materiales, ya sea por fraude o error, y emitir nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto nivel de seguridad, pero no es garantía que una auditoría realizada de acuerdo con Normas Internacionales de auditoría siempre va a detectar incorrecciones materiales, cuando estas existan. Incorrecciones pueden surgir por fraude o error y se considera material si, individualmente o en conjunto, puede esperarse razonablemente que influyan en las decisiones económicas de los usuarios, tomadas sobre la base de los Estados Financieros.

Responsabilidades de la administración y los encargados del gobierno en relación con los Estados Financieros

La administración de la Entidad es responsable de la preparación y presentación razonable de los Estados Financieros adjuntos, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera, así como del control interno que la administración de la Entidad considere necesario para permitir la preparación de los Estados Financieros libres de incorrecciones materiales debidas a fraude o error.

En la preparación de los Estados Financieros, la administración es responsable de evaluar la capacidad de la Entidad para continuar como un negocio en marcha, revelando, según corresponda, los asuntos relacionados, salvo que la administración se proponga liquidar la Entidad o cesar sus operaciones, o no tenga otra alternativa más realista que hacerlo.

Los encargados de gobierno son responsables de supervisar el proceso de presentación de los informes financieros de la Entidad.

XX y Asociados

(Firma del socio)

CP Cosme Fulanito

..... de de 2018 (CCEA, 2017)

Anexo A

Como parte de una auditoría de acuerdo con las Normas Internacionales de auditoría, aplicamos el juicio profesional y mantenemos el escepticismo profesional durante toda la auditoría. Asimismo:

- Identificamos y evaluamos los riesgos de errores significativos en los Estados Financieros, ya sea por fraude o error, diseñamos y realizamos procedimientos de auditoría que responden a esos riesgos, obtenemos evidencia de auditoría suficiente y apropiada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material resultante de fraude es mayor que de errores, pues el fraude puede implicar la colusión, falsificación, omisiones intencionales, falseamiento o la rescisión del control interno.
- Obtenemos un entendimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la entidad.
- Evaluamos lo adecuado de las políticas contables utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y revelaciones relacionadas efectuadas por la administración.
- Concluimos sobre el uso adecuado por la administración del supuesto de negocio en marcha y en base a la evidencia de auditoría obtenida, si existe o no relaciones con eventos que puedan proyectar una duda importante sobre la capacidad de la entidad para continuar como un negocio en marcha. Si llegamos a la conclusión que existe una incertidumbre material, estamos obligados a llamar la atención en nuestro informe de auditoría de las revelaciones relacionadas en los Estados Financieros o, si tales revelaciones son insuficientes, modificar nuestra opinión. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, eventos futuros o condiciones pueden causar que la entidad no pueda continuar como un negocio en marcha.
- Evaluamos la presentación, estructura y contenido de los Estados Financieros, incluyendo las revelaciones, y si los Estados Financieros representan las operaciones subyacentes y eventos en una forma que logre presentación razonable, obteniendo suficiente evidencia apropiada de auditoría respecto de la información financiera de las actividades comerciales de la Entidad como expresar una opinión sobre los Estados Financieros. Somos responsables de la dirección, supervisión y ejecución de la auditoría de la Entidad. Somos los únicos responsables de nuestra opinión de auditoría.
- Nos comunicamos con los encargados del gobierno en relación con, entre otras cosas, al alcance y el momento de la auditoría y los resultados de auditoría importantes, incluidas posibles deficiencias significativas en el control interno que identificamos durante nuestra auditoría.
- También proporcionamos los encargados del gobierno con una declaración que hemos cumplido con los requisitos éticos relevantes con respecto a la independencia y hemos comunicado todas las revelaciones y otros asuntos que puedan soportarla.
- A partir de las comunicaciones con los encargados del gobierno, determinamos aquellos asuntos que eran de la mayor importancia en la auditoría de los Estados Financieros del período actual y por lo tanto son los Asuntos Clave de auditoría.
- Describimos estos asuntos en nuestro informe de auditoría a menos que la ley o el reglamento se opongan a la divulgación pública de los mismos o cuando, en circunstancias extremadamente raras, determinamos que un asunto no debe ser comunicado en nuestro informe debido a posibles consecuencias adversas.

4. Conclusiones y recomendaciones

- Estas modificaciones jerarquizan el informe de auditoría y la tarea del Auditor. Desde la experiencia,

se puede afirmar que la inclusión de los KAM no da lugar a ningún tipo de hecho que contraría las normas y las buenas prácticas profesionales. Por el contrario, incrementó el interés acerca del trabajo del Auditor por parte de los directivos y los usuarios

- Lo negativo es que las KAM son exigibles solo para las auditorías de empresas que cotizan en bolsa. Esto produce y genera la idea que la auditoría en un caso podría ser de mayor calidad que en el otro. Esto se acentúa en aquellos países en los que hay un doble marco normativo: es decir, normas para entes que cotizan en bolsa (NIIF) y normas para aquellos que no lo hacen (Normas locales). Como recomendación, es necesario generalizar la aplicación de esta estructura para todo tipo de empresas, pues los intereses de los propietarios y demás interesados en la información de los Estados Financieros son semejantes.
- En Argentina coexisten normas internacionales y nacionales. Las internacionales se aplican para las empresas que cotizan en bolsa y las nacionales para las no cotizables (con independencia de su tamaño). Los informes de auditoría conforme las normas nacionales se estructuran y redactan conforme el modelo tradicional de informe, antes de las modificaciones, y para esas empresas no existe la posibilidad de incluir los KAM en los reportes del Auditor. Recomendamos modificar las normas contables profesionales locales (Resolución Técnica N° 37 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales en Ciencias Económicas), de aplicación para auditorías en empresas que no cotizan en bolsa, de manera tal que los informes incluyan los KAM.
- Existe una necesidad de generalizar la aplicación de estas normas para todo tipo de entes, como una forma de jerarquizar la profesión de la auditoría. Esta tarea debería hacerse desde la etapa educativa, es decir, trabajar con los alumnos de las carreras de grado de Contador Público y afines, de manera que la semántica para expresar los KAM cuente con el correcto adiestramiento y se encuentre incorporada desde temprana edad.
- Para terminar, una reflexión y un consejo. La reflexión: el cambio en el informe de auditoría va a suponer para los Auditores un nuevo reto técnico (sin duda superable por la profesión Auditora como ha ocurrido en tantas otras veces que se ha producido una modificación legal). Adicionalmente, para las entidades auditadas, llega el momento de aceptar y consentir que la nueva información (más explicativa y extensa) quede plasmada en la redacción del informe elaborado, que en numerosos casos desembocará en fuente de conflictos y que requerirá la maestría habitual del buen Auditor para mantener el difícil equilibrio entre independencia profesional, legalidad y conformidad del cliente. El consejo: siendo importante la lectura del contenido íntegro del informe de auditoría, es especialmente interesante que le dediquen atención a la opinión y a las CCA o AMRA que consten en el mismo.

5. Referencias bibliográficas

- CCEA. (05 de 06 de 2017). Colegio de Contadores, Economistas y Administradores de Uruguay. Obtenido de <http://www.ccea.org.uy/docs/NIAS/Anexo%202.pdf>
- IAASB. (2016). NIA™ 800 (Revisada), Consideraciones especiales—Auditorías de estados financieros preparados de acuerdo con los marcos de propósito general. Nueva York: IFAC GLOBAL.
- IESBA. (2018). International Code of Ethics for Professional Accountants. New York: IFAC.
- IFAC. (13 de diciembre de 2017). IFAC.ORG. Obtenido de Auditor Reporting Standards Implementation: Key Audit Matters: <https://www.ifac.org/global-knowledge-gateway/audit-assurance/discussion/auditor-reporting-standards-implementation-key>

