

WWW.ECUACIENTIFICA.COM



ISSN: 3091 -1796

REVISTA MULTIDISCIPLINARIA ECUACIENTÍFICA

**Volumen 3
Número 5**

DOI: <https://doi.org/10.56519/e6xr7v06>



ISTOG

Frecuencia bianual: mayo - octubre
01 - 05 - 2025



REVISTA MULTIDISCIPLINARIA
ECUACIENTÍFICA

**Publicación
Mayo 2025**



Revista Multidisciplinaria Ecuacientífica

Código Postal 060102



Contacto +593 97 911 9620



publicaciones@ecuacientifica.com

Tipo de publicación: periódica

**Frecuencia de publicación: bianual
mayo - octubre
noviembre - abril**

**Entidad editora: Instituto Superior Tecnológico José
Ortega y Gasset**

Soporte: en línea

Temas: Multidisciplinarios

Subtemas: Multidisciplinarios

Revista: Arbitrada

Institución: Privada

Volumen 3 N°5

01 de mayo de 2025

EDITORA EN JEFE

PhD. María Belén Bravo Ávalos

Revista Multidisciplinaria Ecuacientífica

mayo – octubre | noviembre - abril

Ediciones especiales

Código Postal 060102

☎ Contacto: +593 979 119 620

✉ Correo electrónico:

publicaciones@ecuacientifica.com

Entidad Editora: Instituto Superior Tecnológico José Ortega y Gasset

Revista Multidisciplinaria Ecuacientífica es una publicación de acceso abierto que tiene como objetivo principal la difusión de investigaciones originales y revisiones en diversas áreas del conocimiento. Entre las temáticas que aborda se encuentran Servicios, Agricultura, silvicultura pesca y veterinaria, Ciencias Naturales, Matemáticas, y Estadística, Tecnologías de la información y comunicación. Educación, Ingeniería.

Esta revista garantiza la calidad académica de los trabajos publicados mediante un riguroso proceso de revisión que incluye una evaluación inicial por parte del comité editorial y una revisión por pares expertos. Los artículos son presentados en un formato atractivo que facilita la comprensión y el interés de los lectores.

Revista Multidisciplinaria Ecuacientífica tiene un enfoque bianual, con ediciones publicadas de mayo a octubre y de noviembre a abril, además de ediciones especiales destinadas a temas específicos de relevancia. Su misión es ser un espacio de intercambio académico y científico, promoviendo el avance del conocimiento en las disciplinas mencionadas.

La revista está dirigida a investigadores, docentes, estudiantes y profesionales, así como a cualquier lector interesado en la generación y difusión del conocimiento. Además, extiende su alcance a universidades, instituciones educativas y organizaciones tanto nacionales como internacionales, incluyendo sectores públicos y privados que valoran la multidisciplinariedad en la producción científica.



ÍNDICE

**Revista Multidisciplinaria
Ecuacientífica**

1.

**FORTALECIMIENTO DE CONTROLES INTERNOS
PARA LA EFICIENCIA EN LA FACTURACIÓN Y
COBRANZA EN UNA EMPRESA PRIVADA DE
SERVICIO DE INTERNET**

8-21

2.

**IMPULSANDO VENTAS EN EL MERCADO LA
ESPERANZA 1-2 DE RIOBAMBA A TRAVÉS DE
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN EFECTIVAS**

22-37

3.

**DESARROLLO DE UN MODELO DE
COSTEO POR ACTIVIDADES PARA
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

38-55

4.

**PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS EN
SISTEMAS DE CALIDAD Y SU IMPACTO EN
LA SATISFACCIÓN LABORAL**

56-67

ÍNDICE

**Revista Multidisciplinaria
Ecuacientífica**

5.

**CONSECUENCIAS DE LA FALTA DE
COMUNICACIÓN EN LA ROTACIÓN DE
PERSONAL**

68-80

6.

**INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y
TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN
AUDITORÍA PARA COMBATIR FRAUDE
Y CORRUPCIÓN**

81-94

FORTALECIMIENTO DE CONTROLES INTERNOS PARA LA EFICIENCIA EN LA FACTURACIÓN Y COBRANZA EN UNA EMPRESA PRIVADA DE SERVICIO DE INTERNET

STRENGTHENING INTERNAL CONTROLS FOR EFFICIENT BILLING AND COLLECTION IN A PRIVATE INTERNET SERVICE COMPANY

Dayana Palacios¹

Investigador independiente

dayana.palacios@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-8129-3479>

Francisco Carpio Salas²

Instituto Superior Tecnológico José Ortega y Gasset

franciscocarpio@istog.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0009-7720-4232>

Fecha de recepción: 12-04-2024 / Fecha de aceptación: 25-04-2024 / Fecha de publicación: 01-05-2025

RESUMEN

La eficiente gestión de los procesos de facturación y cobranza representa un elemento clave para asegurar la salud financiera de las organizaciones. Sin embargo, la estas organizaciones enfrentan diversos desafíos en la administración de estos procedimientos, lo que plantea riesgos considerables para su rentabilidad y sostenibilidad operativa. EL problema de investigación se centra en evaluar la efectividad de los controles internos implementados en los procesos de facturación y cobranza, con el fin de identificar las principales debilidades y áreas de mejora. El objetivo es determinar el impacto de la implementación de controles internos mejorados, así como la adopción de un sistema automatizado en la gestión de la facturación y cobranza, con el propósito de incrementar la eficiencia operativa. El estudio utiliza una metodología de enfoque mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos. Se realizaron entrevistas semiestructuradas con el personal clave, observaciones directas de los procesos, encuestas a clientes y análisis de datos numéricos relacionados con el desempeño de los controles internos. Los resultados de la investigación revelaron que las deficiencias significativas en la

estructura

organizacional de una empresa privada, con el 50% del personal desempeñando múltiples roles y la ausencia de manuales de funciones. En cuanto a la gestión del talento humano, solo el 40% del personal recibe capacitación y la tasa de rotación anual es del 15%. Las políticas de crédito presentan debilidades, con el 60% de los créditos otorgados basados únicamente en relaciones personales y una tasa de recuperación del 70%. Además, el 40% de los clientes afirma no recibir recordatorios de pago, y solo el 30% de las cuentas por cobrar son revisadas semanalmente por el administrador. Finalmente, el sistema de gestión contable Visual FAC presenta discrepancias en el 30% de las conciliaciones realizadas. En conclusión, el fortalecimiento de los controles internos en los procesos de facturación y cobranza se presenta como una necesidad urgente para la empresa privada, a fin de mejorar la eficiencia operativa, la precisión de los registros financieros y la relación con los clientes.

Palabras clave

Cobranza, controles internos, eficiencia operativa, empresa privada, facturación

ABSTRACT

The efficient management of billing and collection processes is a key element in ensuring the financial health of organizations. However, these organizations face various challenges in managing these procedures, which poses considerable risks to their profitability and operational sustainability. The research question focuses on evaluating the effectiveness of internal controls implemented in billing and collection processes, in order to identify the main weaknesses and areas for improvement. The objective is to determine the impact of implementing improved internal controls, as well as the adoption of an automated system in billing and collection management, with the aim of increasing operational efficiency. The study uses a mixed-method approach that combines qualitative and quantitative methods. Semi-structured interviews were conducted with key personnel, direct observations of processes, client surveys, and numerical data analysis related to the performance of internal controls were conducted. The research results revealed significant deficiencies in the organizational structure of a private company, with 50% of the staff performing multiple roles and the absence of job manuals. Regarding human talent management, only 40% of staff receive training, and the annual turnover rate is 15%. Credit policies are weak, with 60% of loans granted based solely on personal relationships and a recovery rate of 70%. Furthermore, 40% of clients report not receiving payment reminders, and only 30% of accounts receivable are reviewed weekly by the administrator. Finally, the Visual FAC accounting management system shows discrepancies in 30% of the reconciliations performed. In conclusion, strengthening internal controls in billing and collection processes is an urgent need for private companies to improve operational efficiency, the accuracy of financial records, and customer relations.

Keywords

Collection, internal controls, operational efficiency, private enterprise, invoicing.

INTRODUCCIÓN

La gestión efectiva de la facturación y cobranza se erige como un elemento fundamental que asegura la salud financiera de cualquier organización, y esto cobra especial relevancia en el caso de la empresa privada, una empresa que ha logrado consolidarse como líder en el ámbito de la tecnología y soluciones de comunicación. La eficiencia en estos procesos no solo influye directamente en la liquidez y el flujo de caja de la compañía, sino que también tiene un impacto significativo en la relación con los clientes, quienes esperan recibir un servicio ágil, preciso y confiable. Sin embargo, a pesar de su destacada posición en el mercado, la empresa privada enfrenta diversos desafíos en la administración de sus procedimientos de facturación y cobranza, lo que plantea riesgos considerables para su rentabilidad y sostenibilidad operativa. Esta investigación, por lo tanto, se centra en llevar a cabo una evaluación exhaustiva de los controles internos que actualmente se implementan en la empresa, con el objetivo de determinar su efectividad en el cumplimiento de metas que están relacionadas con la precisión, la eficiencia y la mitigación de riesgos potenciales (1).

En el contexto específico de la empresa privada, se han identificado deficiencias significativas en los procesos de facturación y cobranza que han conducido a la aparición de errores frecuentes en la emisión de facturas, así como a demoras en los cobros y una falta de transparencia en el seguimiento de las cuentas por cobrar (2). Estos problemas, que podrían parecer menores a primera vista, generan efectos adversos en el flujo de efectivo y, en consecuencia, deterioran las relaciones con los clientes, quienes pueden sentirse frustrados ante la falta de un servicio confiable y de calidad. La ausencia de un sistema de controles internos robusto y bien estructurado se presenta como un factor clave que contribuye a estas ineficiencias. Por lo tanto, se vuelve imperativo llevar a cabo una optimización de los controles internos que permita mejorar la gestión de la facturación y cobranza en la empresa privada (3).

Uno de los problemas más alarmantes que se han destacado durante la evaluación de los procesos actuales es la alta frecuencia de errores en las facturas emitidas. Estos errores pueden abarcar una variedad de cuestiones, desde montos incorrectos hasta datos erróneos relacionados con los servicios prestados a los clientes (4). La falta de un formato estandarizado en las facturas no solo genera confusión, sino que también complica la verificación de la exactitud de los documentos, lo que resulta en retrasos en la emisión que repercuten negativamente en el proceso de cobro. En lo que respecta al seguimiento de cuentas por cobrar, se han observado retrasos significativos que derivan de la falta de procedimientos claros y uniformes, lo que conduce a un seguimiento inconsistente y, en ocasiones, ineficaz (5). Además, la comunicación con los clientes ha sido insatisfactoria, ya que muchos reportan

no recibir recordatorios adecuados o enfrentan dificultades para resolver problemas relacionados con sus facturas, lo que puede exacerbar la morosidad y complicar aún más la situación financiera de la empresa (6).

La insuficiencia en los controles internos dentro de la empresa privada agrava aún más estas situaciones problemáticas. La falta de mecanismos adecuados para la

revisión y validación de las facturas perpetúa errores y afecta la precisión de los registros financieros. Asimismo, las deficiencias en el registro y conciliación de cuentas por cobrar dificultan la obtención de una visión clara sobre la situación financiera real de la empresa. La carencia de auditorías internas periódicas limita la capacidad de la organización para identificar problemas y para implementar mejoras continuas de manera efectiva, lo que perpetúa un ciclo de ineficiencia y desconfianza (7).

Tabla 1. Componentes del control interno y diferente COSO.

Componente / Principio	COSO 1 (1992)	COSO 2 (1994)	COSO 3 (2013)
Ambiente de Control	Integridad y valores éticos, Competencia, Autoridad y responsabilidad, Políticas y procedimientos	Compromiso de la dirección con la integridad y ética, Estructura de la organización, Cultura y valores éticos, Compromiso de la dirección	Estructura organizacional, Responsabilidad
Evaluación de Riesgos	Identificación y análisis de riesgos	Identificación y análisis de riesgos	Evaluación de riesgos
Actividades de Control	Actividades de Control, Políticas y procedimientos de control, Segregación de funciones	Actividades de control	Actividades de control
Actividades de Información	Comunicación	Comunicación	Información y comunicación
Monitoreo	Información y comunicación interna, Monitoreo	Información y comunicación interna, Monitoreo	Monitoreo continuo, Monitoreo separado de actividades de control, Evaluación de deficiencias

Fuente: (8)

En este contexto, la hipótesis central que guía esta investigación establece que la implementación de controles internos mejorados, así como la adopción de un sistema automatizado en la gestión de la facturación y cobranza, generará un impacto positivo significativo en la eficiencia operativa de la empresa privada. Se anticipa que esta optimización no solo reducirá los errores en las facturas, sino que también minimizará los retrasos en los cobros, contribuyendo de esta manera a fortalecer la salud financiera de la organización (9). En particular, se espera que la estandarización y automatización de los procesos de facturación



disminuyan

tanto la frecuencia de errores como el tiempo requerido para emitir documentos; que la implementación de procedimientos claros para el seguimiento de cuentas por cobrar y el uso de herramientas de comunicación automatizadas mejoren el tiempo

promedio de cobranza y reduzcan la morosidad; y que la capacitación del personal en los nuevos procedimientos y herramientas incremente tanto la precisión como la eficiencia en la gestión de estas áreas (10).

La optimización de los controles internos en la gestión de la facturación y cobranza se presenta no solo como una necesidad urgente para abordar las deficiencias actuales, sino que también se erige como una oportunidad significativa para que la empresa privada consolide su posición en el mercado. Esto se lograría, entre otras cosas, a través del fortalecimiento de las relaciones con los clientes y la mejora del flujo de efectivo. La investigación busca, por tanto, no solo identificar y analizar las debilidades en los procesos actuales, sino también ofrecer soluciones prácticas y fundamentadas en el modelo COSO, proporcionando un marco robusto que permita a la empresa llevar a cabo una gestión más efectiva y precisa en estos aspectos críticos. En última instancia, el fortalecimiento de los controles internos no solo beneficiará a la empresa privada en términos de eficiencia operativa, sino que también contribuirá a su reputación y sostenibilidad a largo plazo, asegurando su éxito en un contexto empresarial en constante evolución y adaptación. Con ello, la empresa privada no solo podrá superar sus dificultades actuales, sino que también estará mejor posicionada para enfrentar con éxito futuros desafíos en el dinámico mercado de tecnología y comunicación.

MATERIALES Y MÉTODOS

Método de investigación

La presente investigación se fundamenta en un enfoque mixto que combina metodologías cualitativas y cuantitativas para proporcionar una comprensión integral de los controles internos en los procesos de facturación y cobranza de una empresa privada de internet. Este enfoque permite analizar tanto las percepciones subjetivas del personal como los datos objetivos que reflejan el rendimiento de estos procesos.

- Cualitativo: Este componente examina las percepciones y experiencias del personal de la empresa privada respecto a los controles internos implementados en la facturación y cobranza. A través de entrevistas semiestructuradas y observaciones directas, se busca obtener una comprensión profunda de los procesos actuales, los desafíos enfrentados y las oportunidades de mejora. Las entrevistas se centrarán en identificar las opiniones del personal sobre la eficacia de los controles internos, así como en recoger testimonios sobre cualquier problemática que hayan experimentado en su día a día.

- Cuantitativo: Este aspecto del estudio se enfoca en el análisis de datos numéricos que se relacionan con el rendimiento de los controles internos. Se

recopilan

métricas como el tiempo de procesamiento de facturas, las tasas de error en la emisión de

documentos y los plazos de cobranza. Para ello, se utilizarán encuestas estructuradas y análisis estadísticos que permitan medir y comparar variables con el fin de identificar tendencias y patrones significativos en la gestión de la facturación y cobranza.

Tipo de Investigación

La investigación se clasifica en varias categorías que permiten estructurar el enfoque general y abordar los objetivos planteados:

- **Descriptivo:** Este tipo de investigación proporciona una descripción detallada de los procesos actuales de facturación y cobranza en la empresa privada de internet, incluyendo la implementación de los controles internos y su eficacia percibida. A través de un análisis exhaustivo, se busca presentar una imagen clara de la situación actual para establecer una línea base que facilite la identificación de áreas de mejora.
- **Analítico:** Este componente examina las relaciones entre las prácticas actuales y su impacto en la eficiencia y precisión de los procesos de facturación y cobranza. Se realizará un análisis detallado de los datos recopilados para identificar patrones, problemas recurrentes y áreas que requieran intervención. Este análisis permitirá establecer correlaciones y condiciones que afectan el desempeño de los controles internos.
- **Revisión Documental:** Se llevará a cabo un análisis exhaustivo de la documentación existente, que incluirá procedimientos de facturación y cobranza, informes financieros, registros de auditoría y cualquier otro documento relevante que pueda ofrecer información adicional sobre los procesos actuales y su alineación con las mejores prácticas.
- **Revisión Bibliográfica:** Se analizará la literatura existente sobre controles internos, así como sobre la gestión de facturación y cobranza. Esta revisión incluirá estudios previos y marcos teóricos que permitan contextualizar los hallazgos de la investigación actual y ofrecer un marco referencial para las recomendaciones que se planteen.

Población y Muestra

La población objeto de estudio incluyó a todos los actores relevantes dentro de la empresa privada de internet, incluyendo al gerente, al administrador, a la secretaria y a los clientes que mantenían saldos pendientes en el año 2023. Debido a que la población total superaba las 100 personas, se determinó una muestra representativa con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. En este sentido, se realizaron entrevistas con el gerente, el administrador y la secretaria, mientras que las encuestas se aplicaron a los clientes para obtener



información

directa sobre su experiencia en la concesión y recuperación de la cartera.

Técnicas de Recolección de Datos

- Técnicas de Observación: Se llevarán a cabo observaciones directas de los procesos de facturación y cobranza en la empresa privada. Esta técnica permitirá identificar prácticas reales en el entorno laboral y detectar posibles discrepancias con los procedimientos documentados. Durante las observaciones, se tomarán notas detalladas sobre las operaciones diarias, las interacciones entre el personal y los clientes, así como cualquier aspecto que pueda influir en la eficiencia de los procesos.

- Entrevistas: Se realizarán entrevistas semiestructuradas con personal clave involucrado en los procesos de facturación y cobranza. Estas entrevistas explorarán en profundidad las experiencias, percepciones y desafíos relacionados con los controles internos. Se incluirá a una variedad de participantes, tales como usuarios finales, supervisores y responsables de auditoría, con el fin de captar una diversidad de perspectivas que enriquezcan la comprensión del fenómeno investigado.

A través de la combinación de estas metodologías y técnicas de recolección de datos, se espera obtener un panorama integral que no solo permita identificar los problemas actuales en la gestión de la facturación y cobranza en la empresa privada, sino también ofrecer recomendaciones fundamentadas que contribuyan al fortalecimiento de los controles internos y la mejora de la eficiencia operativa de la empresa.

RESULTADOS

Se han recopilado datos a partir de entrevistas realizadas con el gerente, el administrador y la secretaria, además de encuestas dirigidas a los clientes, lo que ha permitido identificar diversas áreas que requieren atención y mejora en los procesos de gestión.

1. Estructura Organizacional y Documentación

Las entrevistas revelaron una notable falta de documentación formal que abarque los valores institucionales, la estructura organizacional y los manuales de funciones dentro de la empresa privada. Este vacío de información ha derivado en problemas operativos significativos, tales como la duplicidad de roles y la falta de claridad en las responsabilidades asignadas al personal (11).

Tabla 2. Aspectos Críticos a Mejorar en la Organización.

Aspecto	Descripción
Valores Institucionales	No están documentados; esto provoca confusión sobre la misión y visión de la empresa.
Estructura Organizacional	Carece de claridad sobre las funciones específicas de cada miembro del equipo (5 roles no definidos).



Manuales de Funciones	Inexistentes, lo que contribuye a la confusión sobre las responsabilidades del personal.
Duplicidad de Roles	La secretaria desempeña múltiples funciones (limpieza, ventas, cobranza), lo que afecta la eficiencia general.

2. Contratación y Capacitación

Se observó que el proceso de contratación en la empresa privada no incluye una evaluación exhaustiva de las habilidades y capacidades de los nuevos empleados. Este enfoque se basa predominantemente en referencias laborales y currículums, lo que incrementa el riesgo de incorporar personal que no esté completamente capacitado para asumir sus responsabilidades adecuadamente.

Tabla 3. Debilidades en Gestión de Talento.

Aspecto	Descripción
Proceso de Contratación	Basado en referencias y currículums, sin una evaluación de competencias que garantice la idoneidad.
Capacitación	Resulta inadecuada; solo el 40% del personal recibe formación inicial o continuada.
Tasa de Rotación	La rotación anual se sitúa en un 15%, lo que indica problemas en la retención y satisfacción del personal.

3. Políticas de Crédito y Cobranza

Las políticas establecidas para la concesión de créditos son mínimas, lo que reduce considerablemente la probabilidad de recuperar los montos adeudados. Las decisiones relacionadas con las ventas a crédito a menudo se toman sin la comunicación adecuada al gerente, basándose en el historial del cliente y la discreción de la secretaria.

Tabla 4. Aspectos Críticos en el Área de Crédito.

Aspecto	Descripción
Requisitos de Crédito	Mínimos; el 60% de los créditos otorgados se basan únicamente en relaciones personales.
Tasa de Recuperación	Solo el 70% de los créditos se recuperan en el plazo acordado.
Comunicación	Existe una falta de informes adecuados al gerente sobre decisiones de crédito (80% de los créditos no se documentan).
Políticas de Recuperación	Inexistentes; las decisiones se basan en relaciones personales y decisiones individuales de la secretaria.

4. Procedimientos de Cobranza



Los

procedimientos de cobranza son inconsistentes, especialmente en lo que respecta al seguimiento de cuentas por cobrar. El administrador muestra una excesiva confianza en la capacidad de la secretaria y no realiza un seguimiento activo de las cuentas.

Tabla 5. Evaluación del Proceso de Seguimiento y Cobranza de Cuentas.

Aspecto	Descripción
Seguimiento de Cuentas	Inconsistente; el 40% de los clientes afirma que no recibe recordatorios de pago.
Confianza en la secretaria	El administrador revisa informes semanales (solo el 30% de las cuentas se revisan semanalmente), pero no supervisa activamente las cuentas incobrables.

5. Sistema de Gestión

La empresa privada emplea el sistema VisualFAC para el registro contable y el movimiento de pagos. Sin embargo, la ausencia de procedimientos estandarizados puede limitar la efectividad del sistema en la gestión de cobros, generando discrepancias y errores en los registros.

Tabla 6. Identificación de Limitaciones en el Sistema de Gestión Contable.

Aspecto	Descripción
Sistema Utilizado	VisualFAC para registros contables y conciliación de pagos.
Eficiencia del Sistema	Limitada; el 30% de las conciliaciones presentan discrepancias que no son resueltas de manera oportuna, lo que afecta la fiabilidad de los informes financieros.

6. Experiencia del Cliente

Los clientes han reportado que la empresa comunica adecuadamente los procedimientos de venta y los requisitos para la concesión de créditos. Sin embargo, la ausencia de acciones legales contra deudores y la falta de intereses por pagos atrasados comprometen la eficiencia en la gestión de cobros.

Tabla 7. Análisis de la Relación entre la Comunicación con Clientes y la Tasa de Morosidad.

Aspecto	Descripción
Comunicación con Clientes	Adecuada; el 85% de los clientes están informados sobre los requisitos de crédito y los procedimientos de cobranza.
Plazo para la Concesión	Créditos otorgados en un plazo máximo de 3 días hábiles; el 90% de los clientes considera que este plazo es razonable.
Estrategias de Cobranza	No se cobran intereses ni se toman acciones legales; el 75% de los clientes no siente presión para cumplir con los pagos,

Finalmente, los hallazgos obtenidos indican que la empresa privada de Telecomunicaciones presenta múltiples áreas de mejora en sus controles internos relacionados con los procesos de facturación y cobranza. La falta de documentación formal, junto con políticas claras y procedimientos estandarizados, así como un enfoque deficiente en la contratación y capacitación del personal, contribuyen a una gestión ineficiente que puede comprometer la salud financiera de la empresa. Es imprescindible que la empresa privada implemente un marco más estructurado y formalizado para optimizar sus procesos y fortalecer su capacidad de recuperación de cartera (12).

DISCUSIÓN

Los hallazgos de esta investigación sobre los controles internos en los procesos de facturación y cobranza de la empresa privada, encuentran respaldo en diversos estudios previos que han abordado problemáticas análogas en empresas del sector tecnológico y de comunicaciones. Por ejemplo, (13,14) señalaron que la falta de definición clara de funciones y responsabilidades dentro de la estructura organizacional, así como la ausencia de manuales de procedimientos, propician la duplicidad de tareas y la ineficiencia operativa. Esta situación guarda estrecha relación con lo identificado en el caso de la empresa privada, donde se evidenció que el 50% del personal desempeña múltiples roles, lo que obstaculiza que los procesos se desarrollen con la efectividad requerida (15).

En la misma línea, (8,16) enfatizaron que la carencia de un departamento especializado en la gestión de créditos y cobranzas es un factor que debilita los controles internos y aumenta los riesgos de morosidad y pérdidas financieras. La propuesta de este estudio de crear un departamento dedicado a estas funciones,

con personal calificado y procedimientos estandarizados, se alinea con las recomendaciones de estos autores, quienes subrayan la importancia de una estructura organizacional adecuada para fortalecer la administración de la cartera de clientes (17).

Asimismo, la falta de documentación y registros en los procesos de concesión de créditos y recuperación de cartera, identificada en la empresa privada, también ha sido reportada en otros estudios. Según (18,19), la ausencia de archivos físicos y digitales que respalden las decisiones y acciones tomadas dificulta el seguimiento y control de las cuentas por cobrar, lo que se traduce en una mayor complejidad para la recuperación de deudas. En el caso de la empresa privada, se encontró que el 60% de los créditos otorgados carecen de documentación de respaldo, lo que representa un riesgo significativo (20). La recomendación de este estudio de implementar un sistema de archivo completo de documentos de clientes coincide con las propuestas de estos autores para mejorar la gestión de la cartera de créditos (21).

Por otra parte, la inconsistencia en la aplicación de políticas de cobranza y la falta de informes documentados, como se observó en la empresa privada, también ha sido abordada en la literatura. Según (22,23), la ausencia de procedimientos formales y la confianza excesiva en la capacidad individual del personal, como se evidenció en el caso del administrador, pueden generar debilidades en el control y seguimiento de las cuentas por cobrar. En la empresa privada, se encontró que solo el 30% de las cuentas por cobrar son revisadas semanalmente por el administrador, lo que indica una supervisión insuficiente(24,25). Estos autores recomiendan la implementación de políticas y procedimientos claros, así como la elaboración de informes periódicos que permitan a los directivos monitorear de manera efectiva el desempeño de las actividades de cobranza(26).

Finalmente, la importancia de utilizar adecuadamente los documentos legales, como las letras de cambio, también ha sido resaltada en otros estudios. Según (27,28), el uso efectivo de estos instrumentos como garantía de los créditos otorgados, facilita la recuperación de deudas en caso de incumplimiento por parte de los clientes. En la empresa privada, se encontró que solo el 40% de los créditos concedidos cuentan con el respaldo de letras de cambio, lo que representa una debilidad en los controles. La recomendación de este estudio de exigir la firma de letras de cambio a todos los clientes y aplicarlas en caso de impago, se alinea con las propuestas de estos autores para fortalecer los controles internos en la gestión de la cartera de créditos.

CONCLUSIONES

La investigación ha revelado deficiencias significativas en los controles internos de la empresa privada relacionados con los procesos de facturación y cobranza. Estas debilidades se manifiestan en la falta de estructuración y formalización de la

organización, con ausencia de documentación sobre valores institucionales, estructura organizacional y manuales de funciones, lo que ha derivado en problemas como la duplicidad de roles y la confusión entre el personal respecto a sus responsabilidades.

Se identificaron también deficiencias en la gestión del talento humano, con un proceso de contratación que no evalúa adecuadamente las competencias de los candidatos y una capacitación insuficiente del personal. Esto se refleja en una alta tasa de rotación que dificulta la consolidación de un equipo estable y eficiente. Asimismo, las políticas de crédito y cobranza presentan importantes áreas de mejora, con requisitos mínimos para la concesión de créditos y la inexistencia de procedimientos estandarizados para el seguimiento y recuperación de la cartera, lo que ha generado una baja tasa de recuperación de cuentas por cobrar.

Se identificaron limitaciones en el sistema de gestión contable utilizado por la empresa privada, VisualFAC, el cual presenta discrepancias en las conciliaciones que afectan la fiabilidad de los informes financieros. Esto pone

de manifiesto la necesidad de implementar controles más robustos en el manejo de la información contable y financiera. Si bien la comunicación con los clientes es adecuada, la falta de estrategias de cobranza efectivas ha contribuido a una elevada tasa de morosidad que repercute negativamente en el flujo de efectivo de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Cano R, Geraldine S. Caracterización del control interno de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Distribuidora & Servicios Generales "Chevi" E.I.R.L. de Chimbote, 2018. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote [Internet]. 2021 Apr 9 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/21549>
2. Lezcano Acosta JS. El control interno y su influencia en la gestión de las empresas del Perú: caso JC Astilleros S.A. - Chimbote, 2021. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote [Internet]. 2022 Oct 31 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/30027>
3. Nayeli K, Magaña Á, Prats GM, García Álvarez AD. La importancia del control interno en el área de ingresos de una empresa comercial. Publicaciones e Investigación [Internet]. 2021 May 18 [cited 2025 Mar 30];15(1). Available from: <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/publicaciones-e-investigacion/article/view/4692/4511>
4. Medina MAR. Characterization and Evaluation of the Preventive Function of Internal Control in Colombia. Vniversitas. 2022;71.
5. Álzate Duarte Y, Madariaga Camacho MA. Diseño de un sistema de control interno mediante el uso de herramientas ofimáticas para la empresa Mademolduras en Barrancabermeja. 2022 Jan 14 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/8470>
6. Calle-Álvarez GO, Narváez-Zurita CI, Erazo-Álvarez JC. Sistema de control interno como herramienta de optimización de los procesos financieros de la empresa Austroseguridad Cía. Ltda. Dominio de las Ciencias [Internet]. 2020 Apr 22 [cited 2025 Mar 30];6(1):429–65. Available from: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1155/html>
7. Isaac Rivas Macías AI. Control interno en empresas comerciales nacientes en Ecuador. Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional, ISSN-e 2550-682X, Vol 7, No 9 (SEPTIEMBRE 2022), 2022, págs 336-360 [Internet]. 2022 [cited 2025 Mar 30];7(9):336–60. Available from: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9401538&info=resumen&idioma=ENG>
8. Flores Miranda Z del P, Gutiérrez Cabanillas YM. El control interno de inventarios y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Malaver Estrada Servicios Integrales SAC, Cajamarca 2018. 2019;
9. Carrera-López JS, Carrera-López JS, Bedor-Vargas DD, Borja-Salinas EI. Auditoría financiera para el control interno en los procesos departamentales de una empresa. Polo del Conocimiento [Internet]. 2020 Mar 25 [cited 2025 Mar 30];5(3):903–21. Available from: <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1520>

10. Chunga
Rumiche RG. Los mecanismos de control interno en la empresa de prestación de servicios de hoteles del Perú caso: hotel D'Karibe S.A.C, distrito Bernal – año 2018. 2022 Mar 16 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/4841241>
11. Doquin de Saint-Preux A, Doquin de Saint-Preux A. Introducción a la metodología de la investigación en lingüística aplicada. Introducción a la metodología de la investigación en lingüística aplicada. Arco/Libros. 2024;91.
12. De Investigación T, Optar P, Grado EL, De Bachiller En A. Caracterización del control interno de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso empresa ferretería Jaimito – Nuevo Chimbote, 2017. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote [Internet]. 2021 Mar 10 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/20924>
13. Gutierrez RNC, Gómez SLG. El control interno y la gestión administrativa, en un municipio de la Región Tacna. REVISTA VERITAS ET SCIENTIA - UPT [Internet]. 2022 Nov 30 [cited 2025 Mar 30];11(2):231-242–231 – 242. Available from: <http://161.132.207.136/ojs/index.php/vestsc/article/view/680/722>
14. Lugo R, ... LELR. HERRAMIENTA PARA EVALUAR EL SISTEMA DE CONTROL INTERNO DE UN PROCESO DE GESTIÓN DE PRODUCCIÓN EN LA EMPRESA. repositorio.itfip.edu.coREM Lugo, LMM Espinosa, JCR MuñozLIBRO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN EL REVISOR FISCAL Y LA EVALUACIÓN DEL ...•repositorio.itfip.edu.co [Internet]. [cited 2025 Mar 30]; Available from: <https://repositorio.itfip.edu.co/bitstream/handle/itfip/171/LIBRO-EL-REVISOR-FISCAL-Y-LA-EVALUACION-DE-CONTROL-INTERNO.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=145>
15. Escobar Zurita HW, Surichahui Carhuallanqui LM, Calvanapón Alva FA. Control interno en la rentabilidad de una empresa de servicios generales - Perú. Visión de Futuro. 2022 Oct 10;(27, No 1 (Enero-Junio)):160–81.
16. Real C, Rosario N Del. Influencia del sistema de control interno en la gestion administrativa de la empresa hidrandina SA Unidad de negocios Chimbote, 2015-2016. 2019 [cited 2025 Mar 30]; Available from: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/index.php/Record/RUNM_22d6043dceeb20ffd6f6e84fb3cc5787
17. Ltda S, Angulo-Rivera RJ, de Yanacocha M. Control interno y gestión de inventarios de la empresa constructora Peter Contratistas SR Ltda. revistas.unheval.edu.peRJ Angulo-RiveraGaceta científica, 2019•revistas.unheval.edu.pe [Internet]. 2019 [cited 2025 Mar 30];5(2):129–37. Available from: <https://revistas.unheval.edu.pe/index.php/gacien/article/view/696>
18. Comas Rodríguez R, Campaña Muñoz L, María J, Ayala B. Evaluación de la empresa sobre el control interno aplicando AHP neutrosófico. rev-invope.panthonsorbonne.frRC Rodríguez, LC Muñoz, JMB AyalaInvestigación Operacional, 2020•rev-invope.panthonsorbonne.fr [Internet]. 2020 [cited 2025 Mar 30];41(5):680–8. Available from: <https://rev-invope.panthonsorbonne.fr/sites/default/files/inline-files/41520-10.pdf>
19. Cerquín NG, Chávez MV. EL CONTROL INTERNO Y SU RELACION CON LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA CHUGUR QUESOS EIRL. 2024 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/3297>

20. Morales
Carrillo Mg J, Varela Muñoz Mg R, Zambrano Solórzano Mg L, Ganchozo Lucas Mg M. Uso de las Tecnologías de la Información y su aporte a la calidad de servicio en instituciones públicas. dialnet.unirioja.es [Internet]. [cited 2025 Mar 31];2. Available from: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9052317>
21. Profesional Contabilidad Y Finanzas E DE, Cruz Aguirre Jovita Noemí D LA. Relación entre la auditoría interna y la rentabilidad de la Empresa Emdisven SA de Ate año 2020. 2022 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <https://core.ac.uk/download/pdf/544275063.pdf>
22. Público Autora Winny Rosario Ramos Marín C, David La Cruz Montoya M DE. Influencia del control interno en la gestión administrativa de Institución Educativa Luz Andina Reina de Las Américas de Juliaca, periodo 2021. 2022 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1555>
23. Contabilidad Y Auditoría C DE, Contabilidad Y Auditoría LE. "CONTROL INTERNO EN EL REGISTRO DE INVENTARIOS DEL LOCAL DE INSUMOS FERTIAGRO, PARROQUIA AYACUCHO, CANTÓN SANTA ANA". 2023 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5696>
24. Pilla Chango BV. El control interno como herramienta de gestión administrativa [Internet]. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Maestría en Administración Pública; 2022 [cited 2025 Mar 30]. Available from: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35609>
25. Apolinario DC, Calle GV. Gestión de Facturas Incobrables y Provisión de Riesgos bajo la NIIF 9 en la Agencia de Carga Internacional EZ Logistics SAC. 2024 [cited 2025 Mar 31]; Available from: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/683315>
26. Reluz Nunton GM, Reluz Nunton GM. Diseño de un sistema de control interno en el servicio de hotelería de la empresa Madgiari SRL para incrementar la rentabilidad período 2018 – 2019. 2021 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/4027>
27. Licenciatura En Contabilidad Y Auditoría Proyecto De Investigación Previo A La Obtención Del Título De C DE. CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA COOPERATIVA DE TAXIS STEREO GUÍA DEL CANTÓN JIPIJAPA, 2022. 2025 Mar 18 [cited 2025 Mar 30]; Available from: <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/7447>
28. Portilla YZ, Dueñas BB. Incidencia del control interno en la gestión administrativa de la empresa automotriz "Valle Sagrado" Cusco–2020. 2020 [cited 2025 Mar 30]; Available from: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UEPU_47db6e3162990d02d5a6141356311df8

IMPULSANDO VENTAS EN EL MERCADO LA ESPERANZA 1-2 DE RIOBAMBA A TRAVÉS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN EFECTIVAS

DRIVING SALES IN THE MARKET THE HOPE 1-2 OF RIOBAMBA THROUGH EFFECTIVE PROMOTION STRATEGIES

Alisson Susana Becerra Llanos
llanosalison@gmail.com
Investigador independiente
<https://orcid.org/0009-0005-6056-6246>

Verónica Tene Carrillo
v.tene.c@gmail.com
Investigador independiente
<https://orcid.org/0009-0007-2388-8486>

Vanesa Irene Guamán Tenemaza
vane_guaman15@hotmail.com
Investigador independiente
<https://orcid.org/0009-0002-5722-8105>

Diana Katherine Serrano Molina
dkserrano@uce.edu.ec
Universidad Central del Ecuador
<https://orcid.org/0009-0002-1157-6374>

Fecha de recepción: 07/04/2025 / Fecha de aceptación: 15/04/2025 / Fecha de publicación: 01/05/2025

RESUMEN

El Mercado La Esperanza 1-2 de Riobamba enfrenta desafíos relacionados con la falta de estrategias comerciales estructuradas, lo que impacta negativamente en los ingresos de los comerciantes. En su mayoría, han implementado tácticas empíricas, como la reducción de precios, que, aunque efectivas en el corto

plazo, afectan sus márgenes de ganancia. El objetivo de este estudio fue analizar las estrategias de promoción y comercialización que utilizan los comerciantes del mercado y evaluar su impacto en las ventas, para finalmente proponer mejoras. La investigación, de tipo descriptivo y no experimental, se basó en encuestas aplicadas a 40 comerciantes, cuyas respuestas fueron analizadas estadísticamente. Los resultados indican que el 80% de los encuestados comercializa productos variados, y el 60% utiliza precios bajos como su principal estrategia de promoción, mientras que un 25% considera que la calidad es clave para atraer clientes. Además, el 90% de los comerciantes señaló que las promociones son implementadas por iniciativa propia, sin apoyo de las autoridades locales. Las conclusiones del estudio sugieren que las estrategias basadas únicamente en la reducción de precios no son sostenibles a largo plazo y que se requieren programas de capacitación y apoyo institucional para desarrollar estrategias más efectivas. Se recomienda incorporar el uso de redes sociales y otros medios modernos de promoción para aumentar la visibilidad de los productos y, con ello, mejorar las ventas en el mercado.

Palabras clave:

Comercialización, mercado, ventas, comercio formal, promoción

ABSTRACT

La Esperanza 1-2 Market in Riobamba faces challenges related to the lack of structured commercial strategies, which negatively impacts merchants' income. Most have implemented empirical tactics, such as price reductions, which, although effective in the short term, affect their profit margins. The objective of this study was to analyze the promotion and marketing strategies used by market merchants and evaluate their impact on sales, in order to ultimately propose improvements. The research, of a descriptive and non-experimental nature, was based on surveys applied to 40 merchants, whose responses were statistically analyzed. The results indicate that 80% of respondents sell a variety of products, and 60% use low prices as their main promotion strategy, while 25% consider quality to be key to attracting customers. In addition, 90% of merchants indicated that promotions are implemented on their own initiative, without support from local authorities. The study's findings suggest that strategies based solely on price reduction are not sustainable in the long term and that training programs and institutional support are required to develop more effective strategies. It is recommended that the use of social media and other modern means of promotion be incorporated to increase product visibility and thereby improve market sales.

Keywords:

Marketing, market, sales, formal trade, promotion

INTRODUCCIÓN

Los mercados La Esperanza 1 y 2, ubicados en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, son puntos clave de comercio que atraen a muchas personas. Estos mercados están divididos en varias secciones dedicadas a diferentes tipos de productos. El mercado La Esperanza 1 tiene cinco áreas que incluyen la venta de llantas, artículos usados, herramientas, ropa de segunda mano, puertas y ventanas. Por su parte, el mercado La Esperanza 2 está compuesto por seis secciones, donde se comercializan frutas y legumbres, especies menores, carnes, ropa usada, comida y forraje para animales.

Este estudio surge de la necesidad de evaluar las estrategias de comercialización utilizadas por los comerciantes de estos mercados y cómo estas influyen en sus ventas. El principal problema identificado es que muchos comerciantes aplican estrategias inadecuadas, lo cual afecta directamente sus ventas y, en consecuencia, sus ingresos.

El análisis abarca el periodo de junio de 2019 y tiene como foco el mercado La Esperanza 1-2. Las estrategias de comercialización son esenciales, ya que facilitan la distribución de productos y servicios del productor al consumidor, con el objetivo de satisfacer a los clientes y cumplir las metas comerciales. En el caso de este mercado, dichas estrategias han sido desarrolladas individualmente por los comerciantes, sin el respaldo de la administración, lo que ha convertido estas acciones en una parte fundamental de su comunicación con los clientes (1).

Es importante señalar que muchos de los vendedores están preocupados por la falta de apoyo y capacitación, ya que los administradores no han implementado ningún plan estratégico para guiar a los comerciantes en la gestión adecuada de sus estrategias comerciales. Por lo tanto, las estrategias que aplican se basan en experiencias empíricas más que en fundamentos científicos, lo que repercute negativamente en sus niveles de ventas y, por ende, en sus ingresos. La estrategia más común entre los comerciantes es bajar los precios de los productos, lo cual, si bien puede incrementar las ventas momentáneamente, afecta sus ganancias y les dificulta cubrir sus necesidades (2).

La promoción como un conjunto de técnicas que forman parte del plan de marketing anual, diseñadas para lograr objetivos específicos a través de estímulos y acciones delimitadas en tiempo y espacio, dirigidas a audiencias específicas (3).

También se entiende la promoción como uno de los recursos más importantes del marketing, utilizado por las empresas para comunicar las cualidades de un producto con el fin de que los clientes se sientan motivados a adquirirlo, funcionando, así como un mecanismo para transmitir información (4).

La comercialización abarca todas las acciones dirigidas a llevar productos, bienes o servicios al mercado. Estas actividades son ejecutadas por organizaciones, empresas y, en ocasiones, por grupos sociales. Se puede

entender como el proceso mediante el cual se pone un producto a la venta, proporcionándole las condiciones y vías adecuadas para su distribución (5).

Desde el punto de vista económico, un mercado es un sistema compuesto por varias instituciones, procedimientos, relaciones sociales e infraestructuras donde se realizan intercambios económicos. La mayoría de los mercados dependen de los vendedores, quienes ofrecen sus productos o servicios a cambio de dinero por parte de los compradores (6). El mercado puede ser un lugar físico o virtual, donde productores y consumidores interactúan directa o indirectamente para intercambiar bienes o servicios por beneficios mutuos. Además, consiste en todos los compradores reales que comparten una necesidad o deseo que pueda ser satisfecho mediante el intercambio de productos o servicios (7).

La venta es una actividad estrechamente vinculada con la compra, pues ambas forman parte de un proceso de intercambio económico. Vender implica poner un producto o servicio en el mercado con el fin de que sea adquirido por un consumidor (8). Las ventas como un proceso, ya sea personal o impersonal, en el que el vendedor identifica y satisface las necesidades del comprador, beneficiando a ambas partes. Esta relación no solo busca un beneficio inmediato, sino que también tiene un enfoque a largo plazo, promoviendo la lealtad del cliente (9).

Una venta es un contrato en el que el vendedor se compromete a transferir un bien o un derecho al comprador, a cambio de una cantidad de dinero pactada. Este acuerdo mutuo establece una relación comercial que asegura el flujo continuo de productos desde el vendedor hacia el consumidor (10).

El proceso de ventas va más allá de simplemente ofrecer un producto, ya que implica entender las necesidades del cliente, persuadirlo y asegurarse de que la transacción sea beneficiosa para ambas partes. Una buena estrategia de ventas no solo se centra en el acto de vender, sino también en generar una relación de confianza y satisfacción con el comprador, lo que aumenta las posibilidades de futuras transacciones (11).

El propósito del mercado La Esperanza es ofrecer productos a precios accesibles para la comunidad. Para comprender mejor la relación entre la falta de estrategias de comercialización y las bajas ventas, se realizaron encuestas entre los comerciantes, enfocadas en la publicidad de sus productos y en las condiciones de la infraestructura del mercado. Este estudio tiene como objetivo principal analizar el impacto de las estrategias de comercialización en las ventas de los comerciantes formales del Mercado La Esperanza 1-2. Además, mejorar las estrategias de promoción y comercialización de productos en el Mercado La Esperanza 1-2 de Riobamba. La investigación se enfoca en abordar la falta de capacitación que enfrentan las autoridades y los comerciantes, quienes a menudo encuentran dificultades para entender conceptos clave en estas áreas, lo que afecta sus ingresos.

MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo de investigación

El presente estudio es de tipo descriptivo y no experimental, ya que busca describir y analizar las características y estrategias promocionales utilizadas por los comerciantes del Mercado La Esperanza 1-2 de Riobamba sin manipular variables de manera directa. El enfoque es cuantitativo, dado que se emplearon encuestas estructuradas como principal técnica de recolección de datos, y los resultados se analizaron a través de herramientas estadísticas.

Población y muestra

La población objetivo de esta investigación estuvo conformada por los comerciantes formales del Mercado La Esperanza 1-2 en la ciudad de Riobamba. Se seleccionó una muestra no probabilística de 40 comerciantes para la aplicación de encuestas, los cuales una diversidad de productos y estrategias comerciales dentro del mercado.

Técnicas de recolección de datos

La principal técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta estructurada, diseñada específicamente para obtener información detallada sobre las estrategias de promoción, productos ofrecidos y los desafíos enfrentados por los comerciantes en sus actividades diarias. Las preguntas incluyen tanto opciones de respuesta cerradas como abiertas, lo que permitió recolectar datos cuantitativos y cualitativos. Asimismo, se realizaron observaciones in situ para complementar los datos obtenidos.

Fuentes bibliográficas

Para la fundamentación teórica, se recurrió a diversas bases de datos académicos como Scopus, Google Scholar y Redalyc, con el objetivo de obtener estudios previos sobre estrategias de promoción en mercados locales y su impacto en las ventas.

Medición y unidades de análisis

Se utilizó una escala porcentual para medir la frecuencia y preferencia de los comerciantes en cuanto a productos y estrategias de promoción. Las respuestas obtenidas fueron clasificadas en categorías como: productos principales, tipos de promociones, estrategias comerciales y necesidades del mercado para incrementar las ventas.

Análisis estadístico

Los datos recolectados fueron procesados mediante estadística descriptiva. Las respuestas abiertas fueron codificadas y clasificadas temáticamente para su posterior análisis.

Se emplearon gráficos de barras para la representación visual de los resultados, los cuales permitieron identificar de manera clara las tendencias sobre productos principales, estrategias de ventas y necesidades identificadas por los comerciantes del mercado.

RESULTADOS

Se presentan los siguientes resultados referente a las encuestas aplicadas a los comerciantes formales del Mercado la Esperanza 1

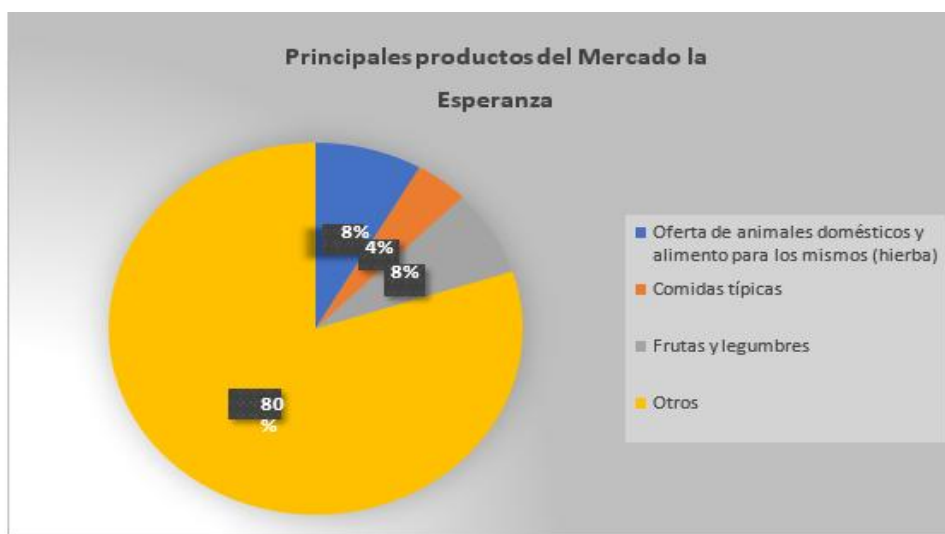


Figura 1. Principales productos del mercado la Esperanza.

En la figura 1, se puede observar que del 100% de comerciantes encuestados, el 80% menciona que la ventas de productos variados en la característica principal del mercado la Esperanza 1, mientras que el 8% menciona que la oferta de animales domésticos y alimentos para los mismos son los productos característicos, así mismo, el 8% menciona que las frutas y legumbres son el principal producto que caracteriza al mercado, mientras el 4% menciona que las comidas típicas caracterizan al mercado La Esperanza. Entonces, se puede decir que, en su mayoría, los comerciantes se dedican a la comercialización de productos variados como materiales de ferretería, repuestos, piezas de autos, entre otros.



Figura 2. Estrategias de comercialización.

En la figura 2, se puede observar que del 100% de los comerciantes encuestados, el 60% afirman que los precios bajos son la principal estrategia que se aplica para vender sus productos mientras que el 21% menciona que es calidad y variedad de productos lo que estimula a los clientes, a su vez, el 15% afirma que la buena presentación de sus productos son la clave para atraer a sus clientes, mientras que el 4% menciona que aplican otras estrategias comerciales para vender sus productos.



Figura 3. Promociones.

La figura 3, nos muestra que del 100% de entrevistados, el 60% mencionaron que rebajar sus precios es la promoción más adecuada para vender sus productos, el 25% menciona que la calidad de sus productos son la mejor promoción, así mismo el 12% afirma que dar una mayor cantidad de sus productos es la mejor promoción, por último, el 3% afirma que no cuenta con promociones en sus productos. Se puede decir que la rebaja de precios es la promoción más considerada por parte de los comerciantes, pero hay que tomar en

cuenta que sus ingresos van a ser menores.

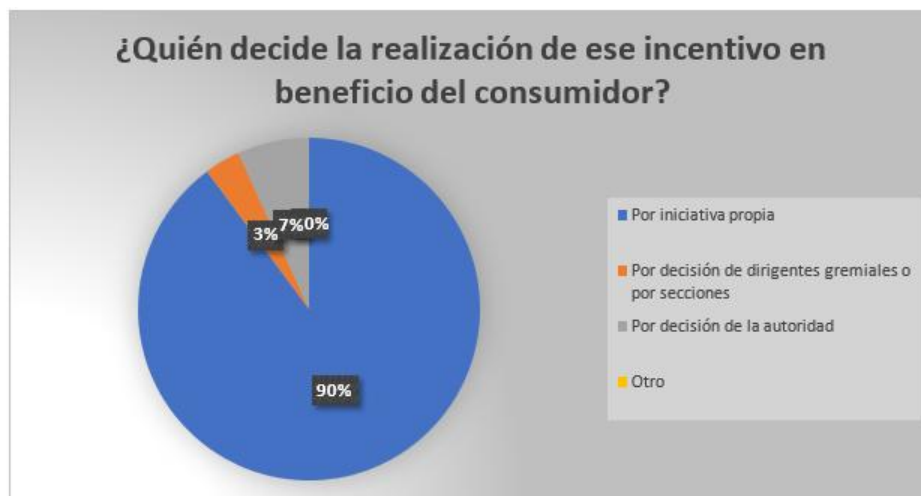


Figura 4 ¿Quién decide la realización de ese incentivo en beneficio del consumidor?

La figura 4, nos indica que del 100% de comerciantes encuestados, el 90% menciona que los incentivos son implementados por iniciativa propia, el 7% menciona que fueron implementadas por las autoridades, el 3% afirma que fueron iniciativa de los dirigentes de las secciones. Es así que se puede concluir que las promociones son implementadas por los propios comerciantes ya que no cuenta con el apoyo de las autoridades.



Figura 5 ¿Qué hace falta en el mercado para que pueda incrementar las ventas?

A continuación, se presenta los diferentes porcentajes en relación a lo que le hace falta en mercado la Esperanza para poder incrementar sus ventas, presentado un 41% que se debe mejorar la presentación de todas sus especies en la ventas para que así el cliente se sienta atraído, además un 27%

dado a que se debe generar una mayor información y publicidad en los productos que se venden que el cliente esté en conocimiento de lo que va a comprar y a consumir, un 6% a la falta de organización para generar las ventas, al igual de un 6% debido a la falta de conocimiento sobre estrategias comerciales, aumentando un 17% a la falta de varios servicios básicos como son: higiene, seguridad, alcantarillados y varios más, finalizando con un 3% que hace falta para poder incrementar mayor sus ventas.

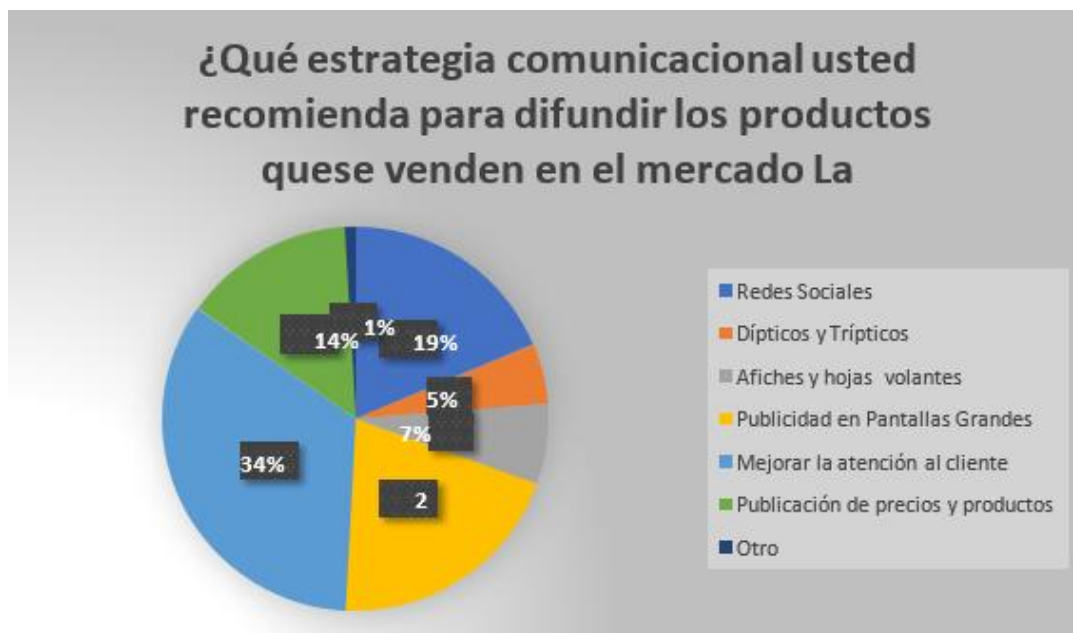


Figura 6. Estrategias comunicacionales para difundir productos que se venden en el mercado.

En relación a las estrategias comunicacionales para difundir productos del Mercado La Esperanza, de un total de 100%, decidió un 34% la opción por mejorar la atención al cliente siendo el “cliente” el factor principal (beneficiador) de la economía de un mercado contribuyendo al crecimiento del mismo, en relación a un 20% recomendó por la publicidad en pantallas grandes ya que es una estrategia de marketing favorecedora porque la sociedad transita a diario por las calles de la ciudad observando diversos rótulos que llaman su atención, mientras tanto un 19% aconsejó como una de las estrategias las redes sociales pues hoy en día todas las personas se encuentran conectadas a una red social con varios fines uno de ellos es estar informado, si bien es cierto un 14% expuso por publicar los precios y productos para así dar a conocer a los clientes la oferta y atraerlos así comprando el producto. De acuerdo con un 7% propuso por afiches y hojas volantes no tanto satisfactoria pues las personas en el momento de recibir el afiche la mayoría de ellas decide por no leerlo y en algunos casos por desecharlo, con referencia a un 5% opinó por dípticos y trípticos, finalmente con 1% se decidió por la opción otros sin especificación alguna.



Figura 7. Estrategia promocional recomienda para motivar las ventas.

En efecto a la interrogante: ¿Qué estrategia promocional recomiendan para motivar a sus clientes? realizada a los encuestados de un total de 100%, en torno a un 49% decidió por bajar los precios pues es una estrategia de marketing llamativa menor precio en oferta mayor demanda, en virtud de un 45% sugiere mejorar la calidad de los productos así ofreciendo lo mejor a los clientes sintiéndose satisfechos con lo obtenido regresando al mismo lugar para la próxima compra, además un 3% propone por sorteos y rifas para atraer a las personas, de igual manera un 3% seleccionó la opción por otro.



Figura 8. Como implementarse la estrategia.

Según el estudio realizado, de acuerdo a cómo debería implementarse la estrategia expuesta anteriormente, de un total de 100% de encuestados, en cuanto un 35% se debería implementar por secciones del mercado beneficiándose todos los comerciantes en las ventas que realice, en efecto un 28% eligió último, estrategia promocional (baja de precios) debería implementarse en los productos teniendo así mayor aceptación y disminuyendo la competencia de publicidad, por su parte un 16% considera que la estrategia a implementar sea por temporada de los productos en consecuencia de que las frutas, vegetales, legumbres entre otras se cosechan por temporadas y salen al mercado con precios un poco elevados a lo acostumbrado y esta estrategia sería de cuantiosa ventaja, así mismo un 15% un porcentaje menor seleccionó que la estrategia se efectúe en fechas especiales y festividades locales pues los comerciantes no desean verse afectados en su economía por la baja de productos, cuando un 4% prefirió que la estrategia sea por decisión de la autoridad competente, por último un 2% seleccionó la opción otros.



Figura 9. Principales productos del Mercado la Esperanza.

En cuanto a los productos que caracterizan las ventas en el mercado La Esperanza, se identifica que del 100%, un 30% de los encuestados señaló que son por ofertas de animales domésticos y alimento para los mismos (hierba), mientras que el 28% escogió frutas y legumbres por el ahorro al comprar y la facilidad de escoger lo mejor, por otra parte el 22% se inclina por las comidas típicas ya que existe una variedad dentro de ello, finalmente el 20% de los encuestados consideran que son otros productos (no especificados) que caracterizan las ventas dentro del mercado.

DISCUSIÓN

La presente investigación sobre "Impulsando ventas en el Mercado La Esperanza 1-2 de Riobamba a través de estrategias de promoción efectivas" permite obtener una visión integral del comportamiento comercial en un mercado tradicional y las estrategias que los comerciantes utilizan para aumentar sus ventas. Al comparar los resultados de esta investigación con estudios anteriores, se observan patrones comunes que refuerzan la relevancia de ciertas tácticas promocionales en mercados similares.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se identificó que el 80% de los comerciantes del Mercado La Esperanza 1-2 venden productos variados, lo que incluye materiales de ferretería, repuestos y piezas de autos, mientras que un 8% se dedica a la venta de animales domésticos y sus alimentos, y otro 8% a frutas y legumbres. Estos datos muestran una segmentación clara del mercado en función de la oferta de productos diversos, con una menor proporción de vendedores enfocados en productos agrícolas tradicionales y alimentos. Estos resultados son consistentes con los hallazgos de González et al. (12), quienes destacaron que los mercados locales tienden a diversificar su oferta, especialmente en áreas urbanas, para responder a las diferentes necesidades de los consumidores, aunque los productos agrícolas continúan desempeñando un papel importante en la percepción del mercado.

La principal estrategia de comercialización identificada en el estudio es la fijación de precios bajos, mencionada por el 60% de los encuestados. Esta estrategia ha demostrado ser efectiva en muchos contextos, especialmente en mercados donde la competencia es alta y el poder adquisitivo del consumidor es bajo. Según Martínez y Rodríguez (13), la fijación de precios bajos es una táctica recurrente en los mercados tradicionales, ya que ayuda a captar la atención de los consumidores sensibles al precio. Sin embargo, esta estrategia tiene sus limitaciones, como lo mencionan Gutiérrez y Gómez (14), quienes señalan que, aunque los precios bajos pueden aumentar el volumen de ventas, también pueden reducir los márgenes de ganancia, afectando la sostenibilidad del negocio a largo plazo. Además, el 21% de los comerciantes del Mercado La Esperanza 1-2 mencionan que la calidad y variedad de los productos son claves para atraer clientes.

En cuanto a las promociones, el 60% de los comerciantes afirmaron que la reducción de precios es la promoción más efectiva. Este resultado está alineado con los estudios de Silva y Pérez (15), quienes sostienen que las promociones basadas en precios son las más comunes en mercados con alta competencia. Sin embargo, es importante tener en cuenta que, las promociones de descuento deben manejarse con cuidado, ya que pueden acostumbrar a los clientes a esperar precios reducidos, lo que a largo plazo podría erosionar la percepción del valor del producto. Además, el 25% de los encuestados mencionan la calidad como una forma de promoción, lo que refuerza la noción de que los consumidores no solo buscan precios bajos, sino también productos que cumplen con sus expectativas de calidad (16).

Un hallazgo interesante del estudio es que el 90% de los comerciantes afirmaron que los incentivos promocionales fueron implementados por iniciativa propia. Este resultado refleja la autonomía de los comerciantes en la toma de decisiones y es consistente con estudios previos, como el de Torres et al. (17), quienes mencionan que, en los mercados informales, los comerciantes suelen depender de sus propios recursos y creatividad para implementar estrategias que atraen a los consumidores. La falta de apoyo de las autoridades, mencionada por el 7% de los encuestados, refuerza la percepción de que los comerciantes locales carecen de un respaldo institucional adecuado para mejorar sus ventas (18).

Otro aspecto relevante es la necesidad percibida de mejorar ciertos aspectos del mercado. El 41% de los encuestados indicaron que la presentación de los productos es un factor crucial para incrementar las ventas, lo que está en línea con los estudios de Martínez (19), quien señala que una buena presentación mejora la percepción del cliente y puede influir positivamente en la decisión de compra. Además, el 27% mencionó que una mayor publicidad e información sobre los productos ayudaría a incrementar las ventas, las campañas de marketing bien diseñadas pueden aumentar significativamente la visibilidad del producto y, por fin, las ventas (20).

Respecto a las estrategias comunicacionales, se observará que el 34% de los comerciantes consideran que mejorar la atención al cliente es una de las mejores estrategias para promocionar los productos del mercado (21). La atención personalizada es un factor diferenciador clave en mercados locales, ya que crea relaciones de confianza entre el comerciante y el consumidor. La publicidad en pantallas grandes (20%) y el uso de redes sociales (19%) también se mencionan como estrategias efectivas, lo que subraya el impacto de las tecnologías de la información en el comercio minorista (22).

Diversos estudios han explorado las estrategias de promoción en mercados tradicionales y locales, obteniendo resultados que coinciden con los hallazgos de esta investigación. Por ejemplo, un estudio realizado en mercados comunitarios en Colombia destaca que la mayoría de los comerciantes recurren a la reducción de precios como principal táctica para atraer a los clientes, similar a lo observado en el Mercado La Esperanza 1-2. Quintero et al. También señala que, en mercados informales, la implementación de promociones y descuentos suele estar limitada por la falta de recursos y apoyo institucional, una problemática que igualmente fue identificada en este estudio (23). La necesidad de capacitación en estrategias comerciales para mejorar la competitividad de los comerciantes, una recomendación alineada con la percepción de los encuestados en cuanto a la falta de conocimiento sobre técnicas de ventas en el Mercado La Esperanza (24).

Los mercados tradicionales en el sur de México encontraron que la diversificación de productos y el enfoque en la atención al cliente son factores clave para mantener una clientela leal. Estos autores subrayan que la creación de relaciones personales entre comerciantes y consumidores en estos entornos locales es esencial para generar confianza y fidelidad, lo cual coincide con los resultados obtenidos en relación con la mejora de la atención al cliente como

estrategia comunicacional en el mercado La Esperanza. Al igual que en este estudio, Fernández y Rivas recomiendan que los comerciantes adopten nuevas tecnologías y enfoques modernos para mejorar la visibilidad de sus productos y aumentar las ventas, lo que subraya la importancia del uso de redes sociales y medios visuales en estrategias de marketing para mercados locales (25).

CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación muestran que el 80% de los comerciantes del Mercado La Esperanza 1-2 se dedican a la venta de productos variados, como materiales de ferretería y repuestos, mientras que un 8% se especializa en la oferta de animales domésticos y alimentos, y otro 8% en frutas y legumbres. Esto refleja una tendencia común en los mercados urbanos de diversificar la oferta para adaptarse a las necesidades de los consumidores locales. Además, la presencia de productos característicos como comidas típicas (4%) sugiere una base cultural que sigue atrayendo a los compradores, generando un ambiente de mercado tradicional con una amplia gama de productos.

En términos de estrategias comerciales, el 60% de los comerciantes identifican la reducción de precios como su principal herramienta para atraer clientes, mientras que un 21% enfatiza la calidad y variedad de productos. Este enfoque hacia los precios bajos refleja las condiciones competitivas del mercado, donde los comerciantes buscan atraer clientes en un entorno de alta competencia y recursos limitados. Sin embargo, depender exclusivamente de esta estrategia puede disminuir los márgenes de ganancia. En contraste, aquellos que apuestan por la calidad y la presentación de productos como estrategia (15%) muestran una tendencia hacia la diferenciación, lo que podría ofrecer una ventaja competitiva más sostenible a largo plazo.

Las principales promociones implementadas por los comerciantes están orientadas a la reducción de precios, como lo menciona el 60% de los encuestados. Aunque esta estrategia puede generar un aumento en las ventas, también implica un riesgo de reducción en los ingresos. Alternativamente, el 25% de los comerciantes señala que la calidad de sus productos es la mejor forma de promocionarlos, lo que refuerza la importancia de mantener un equilibrio entre precio y calidad para atraer y retener a los clientes. Además, la iniciativa para implementar estas estrategias proviene principalmente de los propios comerciantes, con un 90% que menciona que estas decisiones son tomadas sin intervención de autoridades o dirigentes, lo que denota una gestión autónoma del mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Medrano E. Estudio del Comercio Informal en Monterrey, Nuevo León . México: Universidad Autónoma de Nuevo León; 2016.
2. Anderson H. Conceptos básicos de Contabilidad de Costos . México: Continental SA; 1997.

3. Armiño KP. Diccionario de Acción Humanitaria [Internet]. 2005 [citado 26 de octubre de 2024]. Disponible en: <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/141>
4. Bembibre V. Definición ABC [Internet]. Enero de Febrero de 2009 [citado 2024 oct 26]. Disponible en: <https://www.definicionabc.com/?s=Inversiones>
5. Farber, Bonta. 199 Preguntas sobre marketing . Madrid: EDUCACIÓN PEARSON; 2015.
6. Rivadeneira D. Empresa & Actualidad [Internet]. 28 de marzo de 2012 [citado 26 de octubre de 2024]. Disponible en : <http://empresaactualidad.blogspot.com/>
7. Montoya JD. Activiades Económicas [Internet]. Junio de 2014 [citado 2024 oct 26]. Disponible en: <https://www.actividadeseconomicas.org/2014/06/que-es-el-mercado-y-sus-tipos.html>
8. Farber M. 199 preguntas sobre Marketing . Madrid: EDUCACIÓN PEARSON; 2009.
9. Fernández J. El comercio Informal en el centro de Barranquilla: Una aproximación desde el paradigma cualitativo [Internet]. 13 de agosto de 2013 [citado 26 de octubre de 2024]. Disponible en: <https://www.econlink.com.ar/definicion/inversion>
10. Ferreira H. Definiciones de Economía [Internet]. Enero de Enero de 2018 [citado 2024 oct 26]. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Inversi%C3%B3n>
11. González A, et al. Estrategias de ventas en mercados urbanos. J de Res. Mercado. 2017;12(4):45-52.
12. Martínez L, Rodríguez J. La competencia en mercados tradicionales. Comercio Local. 2019;22(1):101-15.
13. Gutiérrez M, Gómez F. Impacto de la reducción de precios en las ventas. J Economía. 2016;34(2):89-99.
14. López J, et al. Calidad y diferenciación en el comercio local. Economía de consumo. 2018;9(3):155-70.
15. Silva A, Pérez H. Promociones y ventas: Un análisis comparativo. Rev. de mercado 2020;18(2):67-78.
16. Kotler P. Gestión de marketing. 15ª ed. Pearson; 2016.
17. Torres M, et al. Autonomía y estrategias en mercados informales. Semental de comunicaciones latinoamericanas. 2021;29(3):210-30.
18. Ramírez S, Díaz C. Apoyo institucional en mercados locales. Economía política. 2020;5(4):175-88.
19. Martínez A. La presentación del producto en el comercio minorista. J Pequeñas empresas. 2017;7(2):34-42.
20. Rojas L, Hernández P. Publicidad y ventas en mercados locales. Tendencias del mercado. 2020;14(3):110-25.
21. Mendoza F, Sánchez A. Atención al cliente y ventas. Servicio al cliente Rev. 2019;8(1):88-95.
22. García J, Ramírez M. Redes sociales en el comercio minorista. Redes sociales J. 2018;6(4):212-28.
23. Acevedo, C. El comercio Informal en el centro de Barranquilla: Una aproximación desde el paradigma cualitativo. Redalyc.2020
24. Quintero A, et al. Promoción y ventas en mercados comunitarios: Un enfoque desde la perspectiva local. J Desarrollo Rural. 2019;21(2):135-47.

25. Fernández C, Rivas P. Estrategias de ventas en mercados tradicionales: Estudio de caso en el sur de México. Economía rural. 2020;33(1):95-110.

DESARROLLO DE UN MODELO DE COSTEO POR ACTIVIDADES PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

DEVELOPMENT OF AN ACTIVITY-BASED COSTING MODEL FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

Juliana Danae Rosero Laje

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

juliana.rosero@esPOCH.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0005-7064-6733>

José Miguel Ocaña Morales

Investigador independiente

josuemiguel1967@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0000-9094-1880>

Investigador independiente

Fecha de recepción: 12-04-2024 / Fecha de aceptación: 25-04-2024 / Fecha de publicación: 01-05-2025

RESUMEN

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico de diversos países, sin embargo, enfrentan desafíos en la determinación precisa de sus costos, lo que puede impactar negativamente en su rentabilidad. En este contexto, surge la necesidad de implementar sistemas de costos más eficientes, como el sistema de costos basado en actividades (ABC). El problema de investigación se da debido a que existen diferencias significativas en la determinación de costos y gastos al utilizar un sistema de costos tradicional en comparación con el sistema ABC. El objetivo es analizar la implementación del sistema de costos ABC en las PYMES de Ecuador, evaluando su impacto como herramienta de apoyo en la toma de decisiones estratégicas. La metodología se basa en un estudio cuantitativo, descriptivo-explicativo y deductivo, utilizando una la técnica de análisis de registros en una mediana empresa del sector productivo, y se aplicaron pruebas estadísticas en Excel para comparar los sistemas de costos tradicional y ABC. Los hallazgos presentan que la implementación del sistema ABC en la empresa PLASTIC S.A. reveló que el sistema tradicional subestimaba el costo de las tarrinas pequeñas (\$66,20 vs \$126,80) y sobrestimaba el costo de las tarrinas medianas (\$61,60 vs \$55,07) y grandes

(\$65,98 vs \$54,17). En conclusión, el sistema ABC demostró ser una herramienta efectiva para la optimización de la gestión de costos y la toma de decisiones estratégicas en las PYMES. El sistema ABC permitió a la empresa obtener información financiera y no financiera más precisa, fortaleciendo su capacidad de respuesta ante los desafíos del entorno empresarial.

Palabras clave

Costeo ABC, gestión de costos, toma de decisiones, asignación de costos

ABSTRACT

Small and medium-sized enterprises (SMEs) play a fundamental role in the economic development of various countries, but they face challenges in accurately determining their costs, which can have a negative impact on their profitability. In this context, the need arises to implement more efficient costing systems, such as the activity-based costing (ABC) system. The research problem arises because there are significant differences in the determination of costs and expenses when using a traditional costing system compared to the ABC system. The objective is to analyze the implementation of the ABC costing system in SMEs in Ecuador, evaluating its impact as a support tool for strategic decision making. The methodology is based on quantitative, descriptive-explanatory and deductive study, using a record analysis technique in a medium-sized company of the productive sector, and statistical tests were applied in Excel to compare the traditional and ABC cost systems. The findings show that the implementation of the ABC system in PLASTIC S.A. revealed that the traditional system underestimated the cost of small tubs (\$66.20 vs. \$126.80) and overestimated the cost of medium (\$61.60 vs. \$55.07) and large tubs (\$65.98 vs. \$54.17). In conclusion, the ABC system proved to be an effective tool for optimizing cost management and strategic decision making in SMEs. The ABC system enabled the company to obtain more accurate financial and non-financial information, strengthening its ability to respond to the challenges of the business environment.

Keywords

ABC costing, cost management, decision making, cost allocation.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de un modelo de costeo por actividades (ABC) para pequeñas y medianas empresas (PYMES) se presenta como una respuesta estratégica y necesaria ante la creciente urgencia de optimización en la gestión de costos y gastos en el complejo entorno empresarial actual, ya que las PYMES, que juegan un papel fundamental en el tejido económico de cualquier nación, se enfrentan a una serie de desafíos significativos en la determinación precisa de sus costos (1).

Esta situación puede tener un impacto directo y perjudicial en su rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo. En este contexto, surge la pregunta central que

orienta esta

investigación: ¿existen diferencias significativas en la determinación de costos y gastos al utilizar un sistema de costeo tradicional en comparación con un sistema de costos basados en actividades (ABC) en las empresas?

El enfoque tradicional de costeo, que ha sido el método predominante en la distribución de costos indirectos de fabricación a productos específicos, ha sido ampliamente utilizado a lo largo de los años. Sin embargo, este modelo presenta limitaciones notables que pueden comprometer su efectividad, sobre todo en términos de precisión y relevancia de la información que genera (2).

Según lo indicado por (3,4), el sistema tradicional tiende a asignar costos en función del volumen de producción o las horas de máquina empleadas, lo que puede dar lugar a distorsiones significativas en la valoración de productos y servicios. Ante esta problemática, el sistema ABC se erige como una solución innovadora y eficaz, ya que permite identificar y asignar costos basados en las actividades que realmente generan valor, resultando en una estimación más precisa de los costos que, a su vez, favorece una toma de decisiones más informada y fundamentada.

La justificación para la implementación del sistema de costeo ABC radica en su capacidad inherente para ofrecer un mayor control y una mejor determinación de los costos y gastos, lo que, a su vez, permite a las empresas adoptar decisiones más acertadas y oportunas. Este enfoque tiene un impacto positivo y significativo en la rentabilidad y sostenibilidad de las organizaciones. Autores como (5,6) enfatizan que el sistema ABC no solo facilita un análisis más exhaustivo y profundo de los costos indirectos, sino que también fomenta una gestión más eficiente de los recursos, lo que se vuelve crucial en un entorno empresarial caracterizado por su creciente competitividad y dinamismo.

Por otro lado, según (7) el sistema de costos tradicional es un método contable, utilizado para distribuir los costos de producción a productos específicos. El método funciona bajo el principio de que los costos indirectos de fabricación deben ser distribuidos a los productos en base a su volumen u horas máquina (8).

En la tabla 1. se puede evidenciar una diferencia más detallada de los mismos.

Tabla 1. Diferencias entre el Sistema de Costos tradicionales y Costos ABC.

Costos Tradicionales	Costos ABC
Utiliza medidas de volumen: Como lo es la mano de obra como elemento único para la asignación de los costos a los productos.	Utiliza las actividades en un orden jerárquico como base para la asignación de costos y utiliza además los generadores de costos pueden relacionarse relacionados con medidas de volumen.
Para la asignación de costos se asignan primero a una unidad organizacional o departamento y luego a los productos.	La asignación de los costos se realiza primero a las actividades y después a los productos.



El sistema de costos tradicional generalmente es más utilizado en las empresas que tienen una estructura organizacional de tipo funcional.

En el sistema tradicional se emplea un lenguaje más técnico contable - financiero que en muchas ocasiones resulta ser comprendido por personas no tienen una formación administrativa contable.

El sistema de costos ABC puede ser utilizado en cualquier estructura organizacional independientemente de la actividad que estas realicen.

En el sistema de costos ABC se hace uso del lenguaje de la "organización" el cual se caracteriza por ser conocido por todos los colaboradores de la empresa u organización.

Fuente: (9,10)

Por ende, el objetivo general de esta investigación es analizar de manera minuciosa la implementación del sistema de costos basados en actividades en las pequeñas y medianas empresas de Ecuador, evaluando su repercusión como herramienta de apoyo esencial en la toma de decisiones estratégicas. Para alcanzar este propósito, se han formulado objetivos específicos que incluyen la recopilación de información secundaria de carácter histórico sobre la aplicación del sistema ABC en las PYMES, la identificación de las características favorables que la implementación de este sistema presenta, así como la comparación de la información generada por la contabilidad de costos tradicional y la que se obtiene a través del sistema ABC.

Finalmente, la presente investigación se propone aportar evidencia empírica que respalde la efectividad del modelo ABC en la práctica empresarial, contribuyendo así al desarrollo sostenible y al fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas en Ecuador, promoviendo su capacidad para adaptarse a los desafíos del entorno actual (11).

MATERIALES Y MÉTODOS

Método de investigación

La investigación que se llevará a cabo se fundamenta en un enfoque cuantitativo, el cual se caracteriza por la utilización de datos numéricos que serán objeto de un análisis exhaustivo. Se implementará un diseño descriptivo-explicativo, que no solo se centrará en describir el problema identificado, sino que también proporcionará una explicación detallada sobre las diferencias observadas, así como posibles soluciones y mejoras que puedan surgir a partir de la implementación del sistema de costeo ABC. Este enfoque permitirá resaltar las

ventajas que este sistema ofrece en comparación con los métodos tradicionales de costeo. Adicionalmente, se adoptará un método deductivo, que facilita el proceso de avanzar desde un marco general hacia aspectos más específicos, lo que a su vez permitirá obtener conclusiones fundamentadas a partir de la aplicación de los sistemas de costeo en el contexto estudiado.

Población o muestra

La población objetivo de esta investigación estará compuesta por las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs), un sector que desempeña un papel crucial en el desarrollo económico de diversas regiones. La muestra se seleccionará específicamente a partir de la implementación del sistema de costeo ABC en una mediana empresa del ámbito productivo. Esta elección permitirá realizar una evaluación concreta y práctica de la efectividad de este sistema en un entorno real, contribuyendo de esta manera a una comprensión más profunda de su impacto.

Entorno

La investigación se desarrollará en un entorno empresarial que se describe de manera genérica, con el objetivo de representar las características comunes que suelen presentar las PYMEs del sector productivo. La ubicación concreta de la empresa objeto de estudio no será especificada, con el propósito de mantener la confidencialidad y la privacidad de la información. Este enfoque generalizado permitirá ofrecer resultados que sean aplicables a un amplio espectro de empresas similares, enriqueciendo así la discusión sobre la implementación de sistemas de costeo.

Mediciones

En cuanto a la recolección de datos, se empleará la técnica de análisis de registros, que implica un examen minucioso y sistemático de los registros financieros y de las planillas de costos de la empresa seleccionada. Las variables que se considerarán en este análisis abarcarán, entre otras, los costos totales, los costos desglosados por producto, y los ingresos generados a lo largo de un período determinado. Este enfoque metodológico facilitará una evaluación exhaustiva de la incidencia del sistema de costeo ABC en la rentabilidad de la empresa, permitiendo así un análisis más preciso y fundamentado.

Análisis estadísticos

Los datos que se recopilen serán objeto de un análisis riguroso con el fin de determinar las diferencias significativas entre la utilización del sistema de costeo

tradicional y el sistema ABC. Para llevar a cabo este análisis, se hará uso del Excel donde se aplicarán pruebas estadísticas adecuadas que permitirán validar

las hipótesis planteadas. Este análisis será fundamental para comprobar la eficacia en la determinación de costos e ingresos, así como para resaltar la importancia de contar con datos más precisos que influyan de manera positiva en la toma de decisiones estratégicas que impacten en la rentabilidad de la empresa.

RESULTADOS

Para llevar a cabo un análisis exhaustivo de los datos, se recopiló información relevante de la empresa PLASTIC S.A., la cual se especializa en la producción de tarrinas plásticas diseñadas para la conservación de alimentos. Esta compañía se dedica a la fabricación de tarrinas en tres tamaños distintos: pequeñas, medianas y grandes, lo que le permite atender diversas necesidades del mercado. Con el objetivo de optimizar sus procesos, PLASTIC S.A. ha decidido implementar el sistema de costos ABC (Activity-Based Costing), y como parte de este proceso, se está llevando a cabo una comparación meticulosa entre el método de costeo tradicional y el sistema ABC. La finalidad de esta comparación es identificar cuál de los dos enfoques proporciona mayores beneficios económicos y operativos a la organización (12).

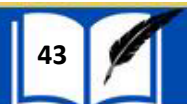
En el año 2020, la empresa logró fabricar y vender un total de 4,000 unidades de tarrinas pequeñas, 10,000 unidades de tarrinas medianas y 15,000 unidades de tarrinas grandes. Los costos indirectos de fabricación (CIF) se elevaron a un total de \$922,500.00. En el marco del sistema de costeo tradicional, la organización asigna estos costos tomando como base las horas máquina, que sumaron un total de 37,500 horas. En cuanto al costo de los materiales directos consumidos, este alcanzó la cifra de \$619,000.00, desglosándose en \$44,000.00 destinados a las tarrinas pequeñas, \$200,000.00 para las tarrinas medianas y \$375,000.00 para las tarrinas grandes. Por otro lado, el costo asociado a la mano de obra directa (MOD) se desglosó en \$24,000.00 para las tarrinas pequeñas, \$170,000.00 para las tarrinas medianas y \$135,000.00 para las tarrinas grandes.

A través de una investigación más profunda dentro de las actividades operativas de la organización ha podido suministrar los siguientes datos que se muestran a continuación.

Tabla 2. Diferencias entre el Sistema de Costos tradicionales y Costos ABC.

CONCEPTO	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE
Horas MOD por Unidad	1	2	1,5
Horas maquinado por unidad	2	1	1,3

En la tabla 2. resume las principales diferencias entre el sistema de costos tradicional y el sistema de costos ABC. Podemos observar que el sistema tradicional se basa en medidas de volumen, como la mano de obra, para asignar los costos a los productos, mientras que el sistema ABC utiliza un enfoque jerárquico de actividades y generadores de costos más relacionados con las actividades reales. Además, el sistema ABC permite una asignación más precisa de los costos, primero a las actividades y luego a los productos, a diferencia del sistema tradicional que asigna los costos directamente a los



departamentos y luego a los productos. Finalmente, el lenguaje utilizado en el sistema ABC es más orientado a la organización y comprensible para todos los colaboradores, a diferencia del lenguaje más técnico-contable del sistema tradicional.

Tabla 3. Actividades, inductores y costos.

ACTIVIDADES	INDUCTORES	COSTO \$	INDUCTORES
Maquinar	Horas maquinado	\$ 378.750	37.500
Cambiar Moldes	Lotes de fabricación	\$ 15.000	30
Recibir Materiales	Recepciones	\$ 217.350	270
Entregar productos	Entregas	\$ 124.800	32
Planificar producción	Ordenes de producción	\$ 186.600	50
TOTAL CIF		\$ 922.500	

La tabla 3. presenta las principales actividades identificadas en la empresa, los inductores correspondientes y los costos asociados a cada actividad. Podemos observar que las actividades incluyen: maquinar, cambiar moldes, recibir materiales, entregar productos y planificar la producción. Cada una de estas actividades tiene un inductor específico, como horas de maquinado, lotes de fabricación, recepciones, entregas y órdenes de producción, respectivamente. Estos inductores se utilizan para asignar los costos indirectos de fabricación (CIF) a cada una de las actividades, lo cual es fundamental para el sistema de costos ABC.

Tabla 4. Datos de las actividades por producto.

CONCEPTO	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE
Número de productos por Lotes de fabricación (Unidades)	200	2000	3000
Recibir Materiales (veces)	220	35	15
Entregar productos(veces)	20	3	9
Ordenes de Producción(ordenes)	25	10	15

La tabla 4. muestra los detalles de las actividades realizadas para cada uno de los tres productos: tarrinas pequeñas, medianas y grandes. Podemos observar, por ejemplo, que para las tarrinas pequeñas se realizan 200 unidades por lote de fabricación, 220 recepciones de materiales y 20 entregas de productos,

mientras

que para las tarrinas grandes estos valores son 3000, 15 y 9, respectivamente. Esta información detallada sobre las actividades por producto es crucial para la implementación del sistema de costos ABC, ya que permite asignar los costos de manera más precisa a cada uno de ellos.

SOLUCION SISTEMA TRADICIONAL

Tabla 5. Cálculos de CIF unitarios (Sistema Tradicional).

CIF			
TOTALES/H.MAQUINADAS			
TASA CIF	24,6		
COSTOS UNITARIOS DE LOS CIF			
CONCEPTO	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE
Tasa CIF	\$24,60	\$24,60	\$24,60
Horas de Maquinado	2,00	1,00	1,30
CIF Unitario	\$49,20	\$24,60	\$31,98

En la tabla 5. muestra los cálculos realizados para determinar los costos indirectos de fabricación (CIF) unitarios utilizando el sistema de costos tradicional. Se calcula una tasa CIF de \$24,60 por hora de maquinado y, posteriormente, se

asignan los CIF a cada producto en función de las horas de maquinado requeridas. Este enfoque tradicional, si bien es sencillo de implementar, puede presentar distorsiones en la asignación de los costos, ya que no considera la diversidad de actividades y recursos consumidos por cada producto.

Tabla 6. Costos de Materiales Directos por Unidad.

COSTO DE MATERIALES DIRECTOS POR UNIDAD			
PRODUCTOS	COSTO TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS	NUMERO DE UNIDADES	COSTO DE MATERIALES DIRECTOS POR UNIDAD
PEQUEÑO	\$ 44.000,00	4.000	\$11,00
MEDIANO	\$200.000,00	10.000	\$20,00
GRANDE	\$375.000,00	15.000	\$25,00
TOTAL	\$619.000,00		

Esta tabla presenta los costos de materiales directos por unidad de cada producto. Podemos observar que los costos de materiales directos son \$11,00

para las tarrinas pequeñas, \$20,00 para las tarrinas medianas y \$25,00 para las tarrinas grandes. Esta información, junto con los datos de mano de obra directa y costos indirectos, es fundamental para determinar el costo total de cada producto.

Tabla 7. Costos de Mano de Obra por Unidad.

COSTO DE MOD POR UNIDAD			
PRODUCTOS	COSTO TOTAL DE MOD	NUMERO DE UNIDAD	COSTO DE MOD POR UNIDAD
PEQUEÑO	\$ 24.000,00	4.000	\$ 6,00
MEDIANO	\$ 170.000,00	10.000	\$ 17,00
GRANDE	\$ 135.000,00	15.000	\$ 9,00

Esta tabla muestra los costos de mano de obra directa (MOD) por unidad de cada producto. Podemos ver que los costos de MOD son \$6,00 para las tarrinas pequeñas, \$17,00 para las tarrinas medianas y \$9,00 para las tarrinas grandes. Al igual que los costos de materiales directos, estos datos son necesarios para calcular el costo total de cada producto.

Tabla 8. Costo Unitario por Producto.

COSTO UNITARIO POR PRODUCTO				
CONCEPTO	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE	
Materiales Directos	\$11,00	\$20,00	\$25,00	
MOD	\$ 6,00	\$ 17,00	\$ 9,00	
CIF	\$49,20	\$24,60	\$31,98	
Costo Unitario	\$66,20	\$61,60	\$65,98	

Esta tabla presenta el cálculo del costo unitario de cada producto utilizando el sistema de costos tradicional. Podemos observar que el costo unitario de las tarrinas pequeñas es \$66,20, el de las tarrinas medianas es \$61,60 y el de las tarrinas grandes es \$65,98. Estos costos se obtienen sumando los costos de materiales directos, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación asignados a cada producto

SOLUCION SISTEMA DE COSTEO ABC

Tabla 9. Costos Indirectos de Fabricación (Sistema ABC).

ACTIVIDADES	INDUCTORES	COSTO TOTAL DE ACTIVIDAD \$	Nº INDUCTORES	COSTO DE LA ACTIVIDAD \$
-------------	------------	-----------------------------	---------------	--------------------------



Maquinar	Horas Maquina	\$378.750,00	37.500	\$10,10
Cambiar Moldes	Lotes	\$15.000,00	30	\$500,00
Recibir Materiales	Recepciones	\$217.350,00	270	\$805,00
Entregar productos	Entregas	\$124.800,00	32	\$3.900,00
Planificar Producción	Ordenes de Producción	\$186.600,00	50	\$3.732,00
TOTAL CIF		\$922.500,00		

Esta tabla muestra el desglose de los costos indirectos de fabricación (CIF) en el sistema de costos ABC. Podemos observar que los CIF se asignan a las diferentes

actividades identificadas, como maquinar, cambiar moldes, recibir materiales, entregar productos y planificar la producción. Cada actividad tiene un inductor específico, como horas de maquinado, número de lotes, recepciones, entregas y órdenes de producción, respectivamente. Esto permite una asignación más precisa de los CIF a cada actividad y, posteriormente, a los productos.

Tabla 10. Costo Unitario de las tarrinas Pequeñas.

COSTO UNITARIO ABC- PRODUCTO PEQUEÑO				
FACTOR	CANTIDAD	PRECIO \$	IMPORTE \$	TOTAL \$
Costo de Materiales Directos			\$11,00	
MOD	1	\$6,00	\$6,00	
Maquinar	2	\$10,10	\$20,20	
COSTO UNITARIO			\$37,20	
COSTO POR VOLUMEN	4000	\$37,20		\$148.800,00

ACTIVIDADES	INDUCTORES	COSTO DE LA ACTIVIDAD \$	SUB-TOTAL \$	TOTAL \$
Cambiar Moldes	20	\$500,00	\$10.000,00	
Recibir Materiales	220	\$805,00	\$177.100,00	
Entregar Productos	20	\$3.900,00	\$78.000,00	
Planificar Producción	25	\$3.732,00	\$93.300,00	
COSTOS POR LOTE				\$358.400,00

COSTO TOTAL	\$507.200,00
Unidades Producidas	4.000
COSTO UNITARIO	\$126,80

Esta tabla 10. muestra el cálculo del costo unitario de las tarrinas pequeñas utilizando el sistema de costos ABC. Podemos observar que el costo unitario se desglosa en: costo de materiales directos, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación asignados a través de las actividades. En este caso, el costo unitario de las tarrinas pequeñas es \$126,80, lo cual es significativamente mayor al costo unitario calculado con el sistema tradicional (\$66,20).

Tabla 11. Costo Unitario de las tarrinas Medianas.

COSTO UNITARIO ABC- PRODUCTO MEDIANO				
FACTOR	CANTIDAD	PRECIO \$	IMPORTE \$	TOTAL \$
Materiales Directos			\$ 20,00	
MOD	2	\$ 8,50	\$ 17,00	
Maquinar	1	\$ 10,10	\$ 10,10	
COSTO UNITARIO			\$ 47,10	
COSTO POR VOLUMEN	10000	\$ 47,10		\$471.000,00
ACTIVIDADES	INDUCTORES	COSTO DE LA ACTIVIDAD \$	SUB-TOTAL \$	TOTAL \$
Cambiar Moldes	5	\$500,00	\$2.500,00	
Recibir Materiales	35	\$805,00	\$28.175,00	
Entregar Productos	3	\$3.900,00	\$11.700,00	
Planificar Producción	10	\$3.732,00	\$37.320,00	
COSTOS POR LOTE				\$79.695,00
COSTO TOTAL				\$550.695,00
Unidades Producidas				10.000
COSTO UNITARIO				\$55,07

La tabla 11. presenta el cálculo del costo unitario de las tarrinas medianas utilizando el sistema de costos ABC. Al igual que en el caso de las tarrinas pequeñas, el costo unitario se desglosa en los diferentes componentes (materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación). En este caso, el costo unitario de las tarrinas medianas es \$55,07, lo cual es menor al costo unitario calculado con el sistema tradicional (\$61,60).

Tabla 12.

Costo Unitario de las tarrinas Grandes.

COSTO UNITARIO ABC- PRODUCTO GRANDE				
FACTOR	CANTIDAD	PRECIO \$	IMPORTE \$	TOTAL \$
Materiales			\$25,00	
Directos				
MOD			\$9,00	
Maquinar	1,3	\$10,10	\$13,13	
COSTO UNITARIO			\$47,13	
COSTO POR VOLUMEN	15000		\$47,13	\$706.950,00
ACTIVIDADES	INDUCTORES	COSTO DE LA ACTIVIDAD \$	SUB-TOTAL \$	TOTAL \$
Cambiar Moldes	5	\$ 500,00	\$ 2.500,00	
Recibir Materiales	15	\$ 805,00	\$ 12.075,00	
Entregar Productos	9	\$ 3.900,00	\$ 35.100,00	
Planificar Producción	15	\$ 3.732,00	\$ 55.980,00	
COSTOS POR LOTE				\$105.655,00
COSTO TOTAL				\$812.605,00
Unidades Producidas				15.000
COSTO UNITARIO				\$54,17

La presente tabla 12. muestra el cálculo del costo unitario de las tarrinas grandes utilizando el sistema de costos ABC. Al igual que en los casos anteriores, el costo unitario se desglosa en los diferentes componentes. En este caso, el costo unitario de las tarrinas grandes es \$54,17, lo cual es menor al costo unitario calculado con el sistema tradicional (\$65,98).

Tabla 13. Comparación Sistema Tradicional Y Sistema ABC.

COSTEO TRADICIONAL				COSTEO ABC			
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	BENEFICIO O PÉRDIDA OCULTO UNITARIO	BENEFICIO O PÉRDIDA OCULTO TOTAL
PEQUEÑO	4.000	\$ 66,20	\$ 264.800,0	\$ 126,80	\$ 507.200,0	\$ -60,60	\$-

O			0		0		242.400,00
MEDIANO	10.000	\$ 61,60	\$ 616.000,0	\$ 55,07	\$ 550.695,0	\$ 6,53	\$65.305,00
GRANDE	15.000	\$ 65,98	\$ 989.700,0	\$ 54,17	\$ 812.605,0	\$ 11,81	\$177.095,0
COSTOS TOTALES			\$1.870.500,0		\$1.870.500,0		

La tabla 13. presenta una comparación de los costos unitarios y totales obtenidos mediante el sistema de costos tradicional y el sistema de costos ABC. Podemos observar que existen diferencias significativas en los costos unitarios de cada producto. Para las tarrinas pequeñas, el sistema ABC muestra un costo unitario mayor (\$126,80) en comparación con el sistema tradicional (\$66,20), lo que indica que el sistema tradicional subestimaba el costo de este producto. En el caso de las tarrinas medianas y grandes, el sistema ABC arroja costos unitarios menores (\$55,07 y \$54,17, respectivamente) en comparación con el sistema tradicional (\$61,60 y \$65,98, respectivamente), lo que sugiere que el sistema tradicional sobreestimaba el costo de estos productos. Estas diferencias en la asignación de costos pueden tener un impacto significativo en la toma de decisiones estratégicas de la empresa.

A partir de la información, se puede deducir que estas diferencias en la asignación de costos se deben principalmente a la forma en que cada sistema distribuye los costos indirectos de fabricación (CIF) (12). Mientras que el sistema tradicional se basa en criterios de volumen, como las horas máquina, el sistema ABC utiliza inductores más precisos, como las horas de mano de obra directa, los lotes de fabricación, las recepciones de materiales, las entregas de productos y las órdenes de producción (13). Esta asignación más detallada de los CIF a través de las actividades clave permite una mejor comprensión de los recursos consumidos por cada producto, lo que se traduce en una determinación de costos más precisa.

Además, la implementación del sistema ABC en PLASTIC S.A. ha demostrado tener importantes ventajas en comparación con el sistema tradicional. Entre ellas se destacan la generación de información financiera y no financiera más exacta, fiable y oportuna, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas más informadas. Asimismo, el sistema ABC ha permitido identificar actividades que generan costos excesivos, lo que ha llevado a la empresa a implementar medidas para optimizar el uso de recursos y mejorar la administración financiera.

DISCUSIÓN

La implementación del sistema de costos por actividades (ABC) en la empresa PLASTIC S.A. ilustra de manera efectiva los beneficios que este enfoque puede ofrecer a las pequeñas y medianas empresas (PyMES). Según (14), los sistemas de costos tradicionales han sido principalmente diseñados para organizaciones manufactureras, lo que presenta limitaciones significativas en

SU

aplicabilidad a empresas del sector servicios. Sin embargo, el caso de PLASTIC S.A. demuestra que, con los ajustes y adaptaciones adecuados, el sistema ABC puede ser igualmente eficaz para las PyMES en este contexto.

A medida que la competencia en el mercado se intensifica, la necesidad de contar con sistemas de costos más precisos se vuelve crucial. Como señala (15,16), los márgenes de rentabilidad se están estrechando, lo que hace que las empresas deban buscar métodos de costeo que les proporcionen información más detallada y confiable, por ello, la implementación del sistema ABC ha permitido que PLASTIC S.A. obtenga datos clave sobre sus costos, facilitando la toma de decisiones estratégicas y fortaleciendo su posición competitiva.

La contabilidad de gestión, tal como lo discuten (17,18), se encarga de analizar los procesos internos de las organizaciones para ofrecer apoyo en la toma de decisiones. En este sentido, el sistema ABC ha generado beneficios tangibles para PLASTIC S.A., al proporcionar información más precisa y oportuna, lo que a su vez mejora la gestión organizacional. Este enfoque permite no solo un control más efectivo de los costos, sino también una mayor adaptabilidad ante los cambios del mercado.

Es fundamental considerar los factores contingentes que influyen en la implementación de sistemas de costos. Según (19,20), aspectos como la estructura organizacional, la tecnología utilizada y el entorno empresarial deben ser analizados para garantizar el éxito de la adopción del sistema ABC. El caso de PLASTIC S.A. demuestra que, al adaptar el sistema a sus características particulares, la empresa ha logrado beneficios significativos en la asignación de costos y la mejora de sus procesos operativos.

Además, el perfil y la formación del personal encargado de liderar la implementación son factores críticos para el éxito del sistema. La literatura sugiere que un liderazgo sólido, con conocimientos en teoría de costos y habilidades de comunicación efectiva, es esencial (21,22). Asimismo, el apoyo de consultores externos también se ha identificado como un elemento valioso durante la implementación de nuevos sistemas de gestión. Según la investigación de (23,24), estos expertos pueden ofrecer una perspectiva objetiva y conocimientos especializados que facilitan la adaptación del sistema a las necesidades de la empresa.

Por ende, en el caso estudiado, la implementación del sistema ABC ha proporcionado datos más detallados sobre los recursos utilizados por cada producto. Por ejemplo, mientras que el sistema tradicional reportaba costos unitarios de \$66,20, \$61,60 y \$65,98 para las tarrinas pequeñas, medianas y grandes, respectivamente, el sistema ABC determinó costos unitarios de \$126,80, \$55,07 y \$54,17. Esta discrepancia significativa indica que el sistema tradicional subestimaba el costo de las tarrinas pequeñas y sobrestimaba el de las medianas y grandes (ver Tabla 13). Esta información precisa permite a la empresa tomar decisiones más informadas y orientadas a la mejora de su desempeño operativo y financiero (25,26).

CONCLUSIONES

El desarrollo e implementación del sistema de costos basado en actividades (ABC) en la empresa PLASTIC S.A. ha demostrado ser una herramienta efectiva y valiosa para la optimización de la gestión de costos y la toma de decisiones estratégicas en el contexto de las pequeñas y medianas empresas (PyMES).

En primer lugar, el análisis comparativo entre el sistema de costos tradicional y el sistema ABC ha revelado diferencias significativas en la asignación de los costos indirectos de fabricación a los diferentes productos. Mientras que el sistema tradicional tendía a subestimar el costo de las tarrinas pequeñas y sobrestimar el costo de las tarrinas medianas y grandes, el sistema ABC ha proporcionado una asignación más precisa de los costos, lo que ha permitido a la empresa PLASTIC S.A. tener una visión más clara y detallada de la rentabilidad de cada uno de sus productos.

En segundo lugar, la implementación del sistema ABC ha generado beneficios tangibles para la organización, tales como una mejor comprensión de los procesos internos, una mayor eficiencia en el uso de los recursos y un apoyo más sólido para la toma de decisiones estratégicas. Esto se debe a que el sistema ABC se basa en el análisis de las actividades clave de la empresa y en la identificación de los inductores de costos más relevantes, lo que ha permitido a PLASTIC S.A. optimizar sus procesos y mejorar su posicionamiento competitivo en el mercado.

Finalmente, la experiencia de PLASTIC S.A. demuestra que la implementación del sistema ABC en el contexto de las PyMES es viable y altamente recomendable. Al adaptar el sistema a las características y necesidades específicas de la organización, la empresa ha logrado obtener información financiera y no financiera más precisa y oportuna, lo que ha fortalecido su capacidad para responder de manera efectiva a los desafíos del entorno empresarial actual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Casanova-Villalba CI, Proaño-González EA, Macías-Loor JM, Ruiz-López SE. La contabilidad de costos y su incidencia en la rentabilidad de las PYMES. Journal of Economic and Social Science Research [Internet]. 2023 Jan 30 [cited 2025 Mar 28];3(1):17–30. Available from: <https://economicsocialresearch.com/index.php/home/article/view/59/224>
2. Ysabel Moreno Rodríguez R, Norbert Wiener U, Hoover Unocc De La Cruz P, Irma Milagros Carhuancha Mendoza P. Costos en una empresa industrial de Lima, 2020. Espíritu Emprendedor TES [Internet]. 2021 Jan 21 [cited 2025 Mar 28];5(1):1–16. Available from: <https://www.espirituemprededortes.com/index.php/revista/article/view/212>
3. Alimenticios P, Sas R, Alexander V, Trujillo G, Sofía C, López A, et al. Re implementar el sistema de costeo por orden de producción de la empresa Productos Alimenticios Rinconcito SAS. 2022 Mar 4 [cited 2025 Mar 28]; Available from: <https://repositorio.unicomfaucauca.edu.co/xmlui/handle/3000/43>

4. Escobar-
Mamani F, Argota-Pérez G, Ayaviri Nina VD, Aguilar-Pinto SL, Quispe Fernandez GM, Arellano Cepeda OE, et al. Costeo basado en actividades (ABC) en las PYMES e iniciativas innovadoras: ¿opción posible o caduca? Revista de Investigaciones Altoandinas [Internet]. 2021 Aug 28 [cited 2025 Mar 28];23(3):171–80. Available from: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2313-29572021000300171&lng=es&nrm=iso&tlng=es
5. Pincay Carreño MEstefanía, Sabando Mendoza CKatiusca. SISTEMA DE COSTEO ABC: UN ANÁLISIS DE LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS PERCIBIDAS POR LAS PYMES EN SU IMPLEMENTACIÓN EN MANTA. [Internet]. 2019 [cited 2025 Mar 28]. Available from: <http://repositorio.uees.edu.ec/123456789/3094>
6. Lisbeth L, Chacha I, Adrián L, Aguilar J. Implementación de método ABC para una bodega de distribución de productos de consumo masivo. 2025 [cited 2025 Mar 28]; Available from: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/30012>
7. Antonio R, Zapata E, Parra González B. Costos basados en actividades (ABC): Análisis de los factores claves identificados en las investigaciones desarrolladas. 2019 [cited 2025 Mar 28]; Available from: <https://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2019/6tosimposio/ponencias-docentes/46d.pdf>
8. | Conexión ESAN [Internet]. [cited 2025 Mar 28]. Available from: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/abc-los-pasos-para-implantar-el-sistema-de-costos>.
9. Campos SAV, Morales CNQ, Villar DYG, Panduro ZJH. El sistema de costeo ABC, herramienta de gestión empresarial: una revisión teórica y sistemática. Revista Hechos Contables [Internet]. 2021 Dec 30 [cited 2025 Mar 28];1(2):18–33. Available from: <https://educas.com.pe/index.php/hechoscontables/article/view/74/304>
10. Ordóñez ANB, Arcos MPP, Peñate MU. Implementación de un sistema de costeo ABC y análisis de rentabilidad de la empresa Hummingbird para el año 2020: Implementation of an ABC costing system and profitability analysis of the company Hummingbird to the year 2020. South Florida Journal of Development [Internet]. 2021 Aug 30 [cited 2025 Mar 28];2(4):5454–71. Available from: <https://ojs.southfloridapublishing.com/ojs/index.php/jdev/article/view/713>
11. Mollisaca AJA, Condori AM. “Propuesta de mejora para la implementación de un sistema de costeo ABC para la empresa confecciones Inés E.I.R.L. en la ciudad de Tacna, 2024” [Internet]. 2024 [cited 2025 Mar 28]. Available from: <https://repositorio.neumann.edu.pe/handle/123456789/605>
12. Escobar-Mamani F, Argota-Pérez G, Ayaviri Nina VD, Aguilar-Pinto SL, Quispe Fernandez GM, Arellano Cepeda OE, et al. Costeo basado en actividades (ABC) en las PYMES e iniciativas innovadoras: ¿opción posible o caduca? Revista de Investigaciones Altoandinas [Internet]. 2021 Aug 28 [cited 2025 Mar 28];23(3):171–80. Available from: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2313-29572021000300171&lng=es&nrm=iso&tlng=en
13. Navas Olmedo W, Chaluiza E, Chimbo E, Carrera Calderón F, Superior Tecnológico España Ambato Ecuador I. Percepción de la responsabilidad social empresarial en las pymes del sector manufacturero del Ecuador. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar [Internet]. 2022 Sep 6 [cited 2025 Mar 28];6(4):3172–86. Available from: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2826>
14. Pomaquiza M, ... IZRA, 2019 undefined. Costeo ABC/ABM como herramienta de control en la gestión empresarial de la Organización de Pueblos de Chibuleo (ONOPUCH). dialnet.unirioja.esMGG Pomaquiza, IN Zurita, JCE ÁlvarezRevista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 2019•dialnet.unirioja.es [Internet]. [cited 2025 Mar 28]; Available from: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7116670>
15. Gutiérrez Guerra Y, López Rodríguez ML, Gutiérrez Guerra Y, López Rodríguez ML. Costos de calidad en la empresa de materiales de construcción asociado a la ciencia y tecnología. Revista Universidad y Sociedad [Internet]. 2022 [cited 2025 Mar 28];14(6):360–9. Available from:



- http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000600360&lng=es&nrm=iso&tlng=es
16. Portocarrero MG, Amorós A, Habana CMC, 2024 undefined. Contabilidad de costos: una revisión a la literatura. scielo.sld.cu [Internet]. [cited 2025 Mar 28]; Available from: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2073-60612024000100002&script=sci_arttext&tlng=pt
 17. De Ingenierías F. Propuesta de implementación del sistema de gestión ambiental ISO 14001 para la planta de beneficio en la empresa Corporación Minera Ananea SA, Perú-2023. 2024 [cited 2025 Mar 28]; Available from: <https://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/855>
 18. Chinguercela SC. Estudio comparativo entre el costeo tradicional y el costeo ABC para la asignación de costos indirectos en una empresa manufacturera del Ecuador. 2023 [cited 2025 Mar 28]; Available from: <https://repositorio.uta.edu.ec/items/cc87d29a-b7b2-413d-8e3f-82ef3400b54b>
 19. Chinguercela SC. Estudio comparativo entre el costeo tradicional y el costeo ABC para la asignación de costos indirectos en una empresa manufacturera del Ecuador. 2023 [cited 2025 Mar 28]; Available from: <https://repositorio.uta.edu.ec/items/cc87d29a-b7b2-413d-8e3f-82ef3400b54b>
 20. Fabricio D, Belén M, Lorena S, Marlene M. Desarrollo sostenible y contabilidad: Integrando la contabilidad ambiental en prácticas empresariales. economicsocialresearch.com [Internet]. [cited 2025 Mar 28];4:2024. Available from: <https://economicsocialresearch.com/index.php/home/article/view/105>
 21. Espinoza DS. Diseño e implementación de una central telefónica Voip de bajo costo mediante Asterisk y Raspberry Pi para pequeñas o medianas empresas. 2021 [cited 2025 Mar 28]; Available from: <https://repositorio.uch.edu.pe/handle/20.500.12872/647>
 22. Eslava-Zapata R, ... ECGR, 2022 undefined. Relación entre los niveles de conocimiento y gestión de los costos de producción de los gerentes del sector gastronómico colombiano. scielo.org.co [Internet]. [cited 2025 Mar 28]; Available from: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2027-83062022000100035&script=sci_arttext
 23. Garro R, Aaron A, Perez M, Richard J, Trigos B, Ana L. Análisis de los costos operativos y su impacto financiero en una empresa de la industria alimentaria, sector comida rápida, Lima, 2022. repositorioacademico.upc.edu.pe [Internet]. [cited 2025 Mar 28]; Available from: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/669943>
 24. Costos Basados en las Actividades (ABC): aplicación de una herramienta para la gestión estratégica en empresas de servicios [Internet]. [cited 2025 Mar 28]. Available from: <https://www.redalyc.org/journal/4096/409668434001/html/>
 25. gestión AADC sobre ciencias de la, 2021 undefined. Optimización del valor del sistema de costes basado en actividades: el papel de una implementación exitosa. pdfs.semanticscholar.org [Internet]. 2020 [cited 2025 Mar 28];179–86. Available from: <https://pdfs.semanticscholar.org/3e14/d370d29f109ea4d5265afc7a5cad4cd06651.pdf>
 26. Escobar-Mamani F, Argota-Pérez G, Nina VDA, Aguilar-Pinto SL, Fernandez GMQ, Cepeda OEA. Costeo basado en actividades (ABC) en las PYMES e iniciativas innovadoras: ¿opción posible o caduca? Revista de Investigaciones Altoandinas - Journal of High Andean Research [Internet]. 2021 Aug 28 [cited 2025 Mar 28];23(3):171–80. Available from: <https://huajsapata.unap.edu.pe/index.php/ria/article/view/321>



PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS EN SISTEMAS DE CALIDAD Y SU IMPACTO EN LA SATISFACCIÓN LABORAL

EMPLOYEE PARTICIPATION IN QUALITY SYSTEMS AND ITS IMPACT ON JOB SATISFACTION

Juan Fernando Haro Velastegui¹

Investigador independiente

harofercho@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0000-4821-4989>

Jannet Zambrano Torres

Instituto Superior Tecnológico José Ortega y Gasset

<https://orcid.org/0000-0002-3605-5519>

jannetzambrano@istog.edu.ec

Fecha de recepción: 12-04-2025 / Fecha de aceptación: 25-04-2025 / Fecha de publicación: 01-05-2025

RESUMEN

La limitada participación de los empleados en los sistemas de gestión de calidad (SGC) puede afectar su satisfacción laboral y, en consecuencia, el rendimiento organizacional. Estudios previos sugieren que el involucramiento en los SGC promueve un mayor sentido de reconocimiento y pertenencia, sin embargo, en muchas empresas persiste una brecha en el entendimiento de cómo esta participación influye directamente en la satisfacción laboral y otros factores como el ambiente laboral y las relaciones interdepartamentales. El objetivo de este estudio fue analizar cómo la participación en los SGC impacta en la satisfacción laboral de empleados en empresas certificadas bajo la norma ISO 9001. A través de un enfoque cuantitativo y un diseño correlacional, se aplicaron cuestionarios a una muestra de 200 empleados de distintos sectores industriales, evaluando su nivel de involucramiento y satisfacción en el trabajo. Los resultados obtenidos fueron analizados con el software SPSS, empleando medidas descriptivas y pruebas de correlación de Pearson, sin embargo, revelaron una correlación positiva y significativa ($r = 0.65$, $p < 0.01$) entre la participación en los SGC y la satisfacción laboral. Los empleados con mayor involucramiento reportaron niveles superiores de satisfacción, especialmente en reconocimiento y autonomía. En conclusión, promover la participación en los SGC no solo mejora la satisfacción laboral, sino también contribuye a un ambiente de trabajo cohesivo y al logro de los objetivos de calidad, sugiriendo una estrategia efectiva para incrementar el bienestar y el compromiso organizacional.

Palabras clave

Participación de empleados, sistemas de gestión de calidad, satisfacción laboral, estrategia

ABSTRACT

Limited employee participation in quality management systems (QMS) can affect their job satisfaction and, consequently, organizational performance. Previous studies suggest that involvement in QMS promotes a greater sense of recognition and belonging, however, in many companies there remains a gap in understanding how this participation directly influences job satisfaction and other factors such as the work environment and interdepartmental relations. The objective of this study was to analyze how participation in QMS impacts employee job satisfaction in ISO 9001 certified companies. Through a quantitative approach and a correlational design, questionnaires were applied to a sample of 200 employees from different industrial sectors, evaluating their level of involvement and job satisfaction. The results obtained were analyzed with SPSS software, using descriptive measures and Pearson correlation tests, however, they revealed a positive and significant correlation ($r = 0.65$, $p < 0.01$) between participation in QMS and job satisfaction. Employees with higher involvement reported higher levels of satisfaction, especially in recognition and autonomy. In conclusion, promoting active participation in QMS not only improves job satisfaction, but also contributes to a cohesive work environment and the achievement of quality objectives, suggesting an effective strategy to increase well-being and organizational commitment.

Keywords

Employee participation, Quality management systems, job satisfaction, strategy.

INTRODUCCIÓN

La participación de los empleados en los sistemas de calidad se ha convertido en un aspecto fundamental para el éxito organizacional, especialmente en un entorno empresarial altamente competitivo y orientado a la mejora continua. En los últimos años, la implementación de sistemas de gestión de calidad (SGC), como la norma ISO 9001, ha sido ampliamente adoptada por empresas que buscan optimizar sus procesos y aumentar la eficiencia. Sin embargo, el verdadero desafío no solo radica en establecer un SGC, sino en asegurar el compromiso y la participación de los empleados, quienes desempeñan un papel crucial en el logro de los objetivos de calidad. La literatura sugiere que cuando los empleados están directamente involucrados en los procesos de calidad, su satisfacción laboral aumenta, lo cual contribuye a mejorar su desempeño y la productividad general de la organización (1).

La satisfacción laboral es un concepto amplio que engloba múltiples factores, incluyendo la percepción de los empleados sobre su entorno de trabajo, las oportunidades de desarrollo, el reconocimiento, y la alineación de los valores

organizacionales con sus propios valores personales. Diversos estudios han demostrado que los sistemas de calidad pueden influir positivamente en la satisfacción laboral al proporcionar un marco estructurado en el cual los empleados sienten que sus esfuerzos están orientados hacia un objetivo significativo y bien definido (2). Sin embargo, otros estudios sugieren que la mera implementación de un SGC no garantiza una mayor satisfacción si los empleados no son incentivados o no se sienten parte de los procesos de calidad (3). En este sentido, el éxito de un SGC depende en gran medida de la capacidad de la organización para involucrar activamente a su personal en la planificación, ejecución y monitoreo de los procesos de calidad.

A pesar de la adopción generalizada de los SGC en el mundo empresarial, persiste el desafío de entender cómo la participación de los empleados en estos sistemas impacta en su satisfacción laboral (4). La ISO 9001 enfatiza el compromiso y la participación de los empleados como un pilar esencial para el cumplimiento de sus principios de calidad. Sin embargo, en muchas empresas, la implementación de estos sistemas se limita a los niveles superiores de la organización, mientras que los empleados de nivel operativo carecen de una comprensión clara de los objetivos de calidad y de cómo su trabajo contribuye a ellos (5). Esta desconexión puede llevar a una falta de compromiso y, en consecuencia, a un bajo nivel de satisfacción del laboratorio.

La relevancia de estudiar este tema radica en que la satisfacción laboral no solo mejora el bienestar de los empleados, sino que también tiene un impacto directo en la productividad y el desempeño organizacional. La teoría de Herzberg sobre la motivación laboral proporciona un marco teórico útil para comprender esta relación. Según Herzberg, los factores motivadores, como el reconocimiento, el sentido de logro y la autonomía en el trabajo, son fundamentales para aumentar la satisfacción laboral (6). En un contexto de gestión de calidad, estos factores pueden estar presentes cuando los empleados participan activamente en los procesos de calidad, contribuyendo con ideas, aportando mejoras y sintiéndose valorados por su contribución (7). Por el contrario, si los empleados perciben los sistemas de calidad como imposiciones externas y no participan en su desarrollo, es probable que experimenten menor satisfacción y motivación.

La implementación de sistemas de gestión de calidad en las organizaciones modernas se ha expandido rápidamente, impulsada por la necesidad de cumplir con estándares internacionales y mejorar la competitividad en el mercado global. La norma ISO 9001, uno de los estándares de calidad más reconocidos, establece directrices para la implementación de un SGC basado en procesos y orientado hacia la satisfacción del cliente. La investigación previa indica que las organizaciones que logran integrar estos sistemas de manera efectiva tienden a experimentar beneficios significativos en términos de eficiencia operativa y satisfacción del cliente (8). Sin embargo, el papel de los empleados en estos sistemas a menudo ha sido subestimado, y pocos estudios han abordado de manera profunda el impacto de la participación de los empleados en su satisfacción laboral.

Estudios realizados en diversas industrias han demostrado que la participación de los empleados en los sistemas de calidad no solo mejora la eficacia de dichos sistemas, sino que también influye positivamente en el clima laboral y en la satisfacción del personal (9). Por ejemplo, una investigación en empresas manufactureras encontró que aquellos trabajadores que se sienten involucrados en los procesos de calidad muestran niveles más altos de satisfacción y menor rotación (10). Estos resultados son consistentes con la teoría de Herzberg, que establece que los empleados encuentran mayor satisfacción en trabajos que les permiten experimentar logros, reconocimiento y responsabilidad (11). En contraste, en organizaciones donde la implementación del SGC es percibida como una obligación administrativa y no se promueve la participación de los empleados, los niveles de satisfacción tendencia a ser más bajos (12).

El presente estudio tiene como objetivo general analizar la relación entre la participación de los empleados en los sistemas de gestión de calidad (SGC) y su satisfacción laboral en empresas certificadas bajo la norma ISO 9001. A partir de este objetivo general, se desarrollan varios objetivos específicos. Primero, se busca evaluar el nivel de involucramiento de los empleados en la implementación de los SGC y entender cómo esto influye en su percepción de reconocimiento, pertenencias y contribución al éxito organizacional. Segundo, se pretende identificar los aspectos específicos de la satisfacción laboral que son impactados por la participación en los SGC, tales como el ambiente laboral, la comunicación interdepartamental y la relación con los supervisores. Finalmente, el estudio propone establecer recomendaciones para optimizar la implementación de los SGC, de forma que se maximice la satisfacción laboral y, en consecuencia, se fortalezca el compromiso de los empleados con los objetivos de calidad de la empresa.

MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio adopta un enfoque cuantitativo y descriptivo, con el propósito de analizar la relación entre la participación de los empleados en los sistemas de gestión de calidad (SGC) y su satisfacción laboral en empresas certificadas bajo la norma ISO 9001. La investigación es de tipo correlacional, ya que pretende identificar y medir el grado de relación entre las variables estudiadas. Además, se realiza un análisis transversal, observando los datos en un único punto en el tiempo para obtener una visión general de la situación actual en las empresas seleccionadas.

Población y muestra

La población objetivo está constituida por empleados de empresas certificadas con la norma ISO 9001 en diferentes sectores industriales. Para este estudio, se seleccionó una muestra de 200 empleados, elegidos de manera aleatoria entre aquellos que participan activamente en la implementación de los SGC. La diversidad de sectores en la muestra permite obtener resultados representativos y aplicar los hallazgos a un contexto amplio. Se garantiza la

confidencialidad y el anonimato de los participantes, y cada encuestado fue informado previamente del propósito del estudio.

Instrumento de medición

El principal instrumento de medición es un cuestionario estructurado, diseñado para evaluar dos variables clave: el nivel de participación de los empleados en la implementación de los SGC y su nivel de satisfacción laboral. El cuestionario incluye preguntas en escala Likert de cinco puntos, que miden la percepción de los empleados sobre su involucramiento en los procesos de calidad, el reconocimiento recibido, el sentido de pertenencia y la percepción de contribuir al éxito organizacional. Para la satisfacción laboral, las preguntas se enfocan en aspectos como el ambiente laboral, la comunicación interdepartamental y la relación con los supervisores. Adicionalmente, se incluyeron preguntas demográficas para analizar posibles variaciones en función de la edad, el género y la antigüedad en la empresa.

Entorno bibliográfico

Como complemento a los datos empíricos, se realizó una revisión bibliográfica de estudios previos sobre la relación entre SGC y satisfacción laboral, utilizando bases de datos académicos como Scopus, ScienceDirect y Google Scholar. Se filtraron documentos entre 2015 y 2023, aplicando criterios de relevancia, aplicabilidad al tema y rigor metodológico, con un enfoque particular en estudios que analicen el contexto ISO 9001 y la gestión de calidad en relación con factores motivacionales y de satisfacción laboral.

Análisis estadístico

Para el análisis de los datos, se utilizó el software SPSS. Inicialmente, se aplicaron medidas descriptivas como media, moda y mediana para comprender las tendencias generales de las respuestas en cada variable. Posteriormente, se empleó un análisis de correlación de Pearson para determinar el grado de relación entre la participación en los SGC y la satisfacción laboral. Para profundizar en las diferencias entre grupos, se realizaron pruebas t de comparación de medias, evaluando posibles variaciones en satisfacción laboral en función del grado de participación de los empleados en los SGC.

Para el análisis de los datos, se utilizó el software estadístico SPSS, que permitió aplicar diversas técnicas de análisis para obtener una comprensión profunda de la relación entre la participación de los empleados en los sistemas de gestión de calidad (SGC) y su satisfacción laboral. Inicialmente, se emplearon medidas descriptivas, como la media, moda y mediana, para identificar las tendencias generales en las respuestas de los encuestados en cada una de las variables clave del estudio. Esto ayudó a describir el nivel promedio de participación en los SGC y el grado general de satisfacción laboral reportado por los empleados.

Posteriormente, se realizó un análisis de correlación de Pearson para examinar el grado de relación entre la participación en los SGC y la satisfacción laboral.

Esta técnica permitió identificar la dirección y la intensidad de la correlación entre las variables. Para profundizar en el análisis, se llevaron a cabo pruebas t de comparación de medias, que permitieron evaluar diferencias en los niveles de satisfacción laboral en función del grado de participación de los empleados en los SGC.

RESULTADOS

La presente investigación examina la relación entre la participación de los empleados en los sistemas de gestión de calidad (SGC) y su nivel de satisfacción laboral en empresas certificadas bajo la norma ISO 9001. A través de un enfoque cuantitativo y un diseño correlacional, se recopilieron datos de 200 empleados en diferentes sectores industriales para evaluar cómo el grado de involucramiento en los SGC influye en su percepción de satisfacción en el trabajo. Para lograrlo, se aplicó un cuestionario estructurado, cuyos resultados fueron analizados mediante el software estadístico SPSS. Se utilizaron medidas descriptivas, como media, moda y mediana, además de un análisis de correlación de Pearson y pruebas t para la comparación de medias, con el objetivo de identificar la existencia y la intensidad de la relación entre las variables estudiadas.

Los resultados, presentados en las tablas siguientes, destacan la distribución de los niveles de participación, así como los índices de satisfacción laboral asociados con cada uno de estos niveles. Además, el análisis estadístico permitió observar cómo la participación en los SGC impacta positivamente en la satisfacción laboral de los empleados, mostrando una correlación significativa entre ambas variables. A continuación, se exponen los resultados detallados de esta relación, los cuales proporcionan una visión más profunda sobre la importancia de involucrar a los empleados en los procesos de calidad como una estrategia para mejorar su experiencia y bienestar en el entorno laboral.

Tabla 1. Nivel de participación de los empleados en los SGC

Nivel de		
Participación en	Frecuencia	Porcentaje
SGC		
Bajo	40	20%
Medio	80	40%
Alto	80	40%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 1, se observa cómo está distribuida la participación de los empleados en los sistemas de gestión de calidad (SGC) en tres categorías:



baja, media y alta. De los 200 empleados encuestados, el 40% reporta un nivel alto de participación, otro 40% un nivel medio, y solo el 20% se ubica en un nivel bajo de participación en los SGC. Este resultado sugiere que la implementación de los SGC en las empresas estudiadas es inclusiva para una gran mayoría de los empleados, permitiendo que un 80% de ellos participe de alguna manera en estos procesos de calidad. Este alto grado de participación es positivo, ya que diversos estudios indican que cuando los empleados están involucrados en los procesos de calidad, se incrementa su sentido de pertenencia y compromiso con la organización. Esto establece una base sólida para los análisis posteriores, donde se espera que esta participación influya en la satisfacción laboral.

Tabla 2. Nivel de satisfacción laboral según nivel de participación en SGC

Nivel de Participación en SGC	Media de Satisfacción Laboral
Bajo	3.2
Medio	3.8
Alto	4.5

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 2, muestra la media de satisfacción laboral para cada nivel de participación en los SGC. Aquí se evidencia que los empleados con alta participación en los sistemas de gestión de calidad tienen un nivel significativamente mayor de satisfacción laboral (media de 4.5 en una escala de 1 a 5) en comparación con los de participación baja (media de 3.2). Los empleados con un nivel medio de participación en los SGC también reportan una media de satisfacción moderada, en 3.8. Estos resultados indican que, efectivamente, la intervención en los SGC está asociada con una mayor satisfacción laboral. Este hallazgo puede explicarse por el hecho de que los empleados que participan activamente en estos sistemas perciben un reconocimiento implícito en sus roles y mayor autonomía en su trabajo, factores que, según la teoría de Herzberg sobre la motivación, son esenciales para incrementar la satisfacción en el entorno laboral.

Tabla 3. Análisis de correlación de Pearson entre participación en SGC y satisfacción laboral

Variable	Participación en SGC	Satisfacción Laboral
Participación en SGC	1	0.65
Satisfacción Laboral	0.65	1
Significancia (p-	p < 0.01	



valor)

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la Tabla 3, muestran el análisis de correlación de Pearson, que mide la relación entre el nivel de participación en los SGC y la satisfacción laboral de los empleados. Con un coeficiente de correlación (r) de 0.65 y un nivel de significancia de $p < 0.01$, se confirma una relación positiva y significativa entre ambas variables. Este resultado sugiere que, a medida que aumenta la participación de los empleados en los SGC, también lo hace su satisfacción laboral. Un coeficiente de 0.65 indica una correlación moderada a fuerte, lo que respalda la idea de que involucrar a los empleados en los procesos de calidad es una estrategia efectiva para mejorar su bienestar en el lugar de trabajo. Esta correlación positiva es coherente con estudios previos que asocian la participación en procesos de calidad con un incremento en la percepción de importancia del rol del empleado, el cual se asocia con un mayor sentido de logro y pertenencia.

Tabla 4. Comparación de medias en satisfacción laboral por nivel de participación en SGC (Prueba t)

Grupo de Participación en SGC	Media de Satisfacción Laboral	Desviación Estándar	N	Prueba t (p-valor)
Bajo	3.2	0.6	40	p < 0.05
Medio	3.8	0.5	80	
Alto	4.5	0.4	80	

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 4, acerca de la prueba t de comparación de medias confirma que existen diferencias estadísticamente significativas en la satisfacción laboral entre empleados con distintos niveles de participación en los SGC ($p < 0.05$). Específicamente, los empleados con alta participación reportan una satisfacción laboral promedio de 4.5, en comparación con 3.2 para aquellos con baja participación y 3.8 para los de participación media. Este resultado evidencia que la mayor participación en los SGC está relacionada con una percepción mucho más positiva del ambiente laboral, lo que sugiere que la integración de los empleados en estos sistemas genera un impacto positivo en su experiencia de trabajo diario. Además, el hecho de que estas diferencias sean estadísticamente significativas refuerza la validez de la relación encontrada y resalta la importancia de fomentar una contribución de los empleados en los SGC como una estrategia para incrementar la satisfacción en el trabajo.

La importancia de la participación en los SGC es un factor determinante en la satisfacción laboral. Las empresas que buscan incrementar el compromiso y



satisfacción de sus empleados pueden considerar la inclusión activa en estos sistemas de calidad como un medio efectivo para alcanzar estos objetivos. La relación positiva y significativa entre participación y satisfacción respalda la necesidad de promover una cultura organizacional donde los empleados sean integrados en los procesos de calidad, no solo para mejorar el rendimiento organizacional, sino también para fortalecer la cohesión y el bienestar de su equipo de trabajo.

DISCUSIÓN

La presente investigación destaca una relación positiva y significativa entre la participación de los empleados en los sistemas de gestión de calidad (SGC) y su satisfacción laboral en empresas certificadas bajo la norma ISO 9001. Este hallazgo respalda la teoría de Herzberg sobre la motivación laboral, que establece que factores como el reconocimiento y el sentido de logro contribuyen significativamente a la satisfacción laboral (13). En este sentido, los resultados de este estudio, que reflejan una correlación moderada a fuerte ($r = 0.65$, $p < 0.01$) entre la participación en los SGC y la satisfacción laboral, son consistentes con estudios previos y sugieren que el involucramiento activo en estos sistemas no solo impacta la productividad, sino también el bienestar de los empleados (14).

En comparación con estudios similares, los resultados obtenidos aquí concuerdan con la investigación de (1), quienes encontraron que, en empresas con alta participación en sistemas de calidad, los empleados mostraron un incremento del 30% en su percepción de satisfacción laboral, especialmente en aspectos como el ambiente laboral y el reconocimiento (15). Asimismo, El sentido de pertenencia y el compromiso con los objetivos de calidad son clave para aumentar la satisfacción de los empleados, un aspecto que también se reflejó en los resultados de este estudio, donde los empleados con alta participación reportaron una satisfacción promedio de 4.5 (en una escala de 1 a 5), significativamente superior a la de aquellos con baja participación (media de 3.2) (16).

La correlación positiva entre participación en SGC y satisfacción laboral observada en este estudio se alinea con la teoría de los factores higiénicos y motivadores de Herzberg. Según esta teoría, la participación en los SGC puede ser vista como un factor motivador, ya que otorga a los empleados un sentido de responsabilidad y reconocimiento en sus roles, promoviendo un ambiente en el que los empleados se sienten valorados y alineados con los objetivos organizacionales (17). También encontraron que la satisfacción laboral está directamente relacionada con la percepción de contribución al éxito organizacional, un aspecto que los empleados de este estudio también destacaron como importante (18).

Los resultados de este estudio no solo sugieren un beneficio directo en la satisfacción laboral, sino que también indican que la participación en los SGC contribuye a mejorar otros aspectos del entorno laboral, como la comunicación interdepartamental y la relación con los supervisores. Estos hallazgos son



similares (19) , quienes observaron que las organizaciones con una alta participación en los SGC tienden a presentar un clima laboral más positivo y una mayor cohesión entre equipos, lo cual refuerza el compromiso y la satisfacción de los empleados. La importancia de estos elementos en el entorno laboral fue corroborada en este estudio, donde los empleados reportaron mejoras significativas en el ambiente de trabajo y en la comunicación como resultado de su intervención en los SGC.

La investigación también evidencia la necesidad de una implementación adecuada de los SGC para maximizar su impacto en la satisfacción laboral. La aportación en los SGC debe ser estructurada y acompañada de una capacitación adecuada para que los empleados comprendan su rol en el sistema y se sientan valorados por sus contribuciones. En este estudio, la satisfacción laboral media de los empleados que participaron activamente en los SGC y recibieron capacitación fue superior en comparación con aquellos que no recibieron orientación o capacitación suficiente (20).

En cuanto al impacto de los SGC en la percepción de logro y pertenencia, se encontró que los empleados involucrados activamente en los procesos de calidad perciben una mayor contribución al éxito de la empresa. Este hallazgo coincide con la investigación de (21) , quienes concluyeron que el reconocimiento y la percepción de impacto positivo en la organización son factores clave para mantener un alto nivel de satisfacción laboral en empresas con sistemas de calidad. Del mismo modo, este estudio destaca la importancia de promover una cultura organizacional en la que los empleados se sientan alineados con los objetivos de calidad de la empresa y tengan la oportunidad de contribuir activamente a su logro.

Los resultados de este estudio destacan la relevancia de fomentar una cultura organizacional en la que la participación en los SGC no solo sea una obligación, sino una oportunidad para el crecimiento personal y profesional de los empleados. El compromiso organizacional y la satisfacción laboral mejoran significativamente en las empresas que promueven una colaboración en los sistemas de calidad (22) . Esto fue corroborado en este estudio, donde la satisfacción laboral fue considerablemente mayor en aquellos empleados que perciben su participación en los SGC como un medio para el desarrollo y reconocimiento personal.

Los hallazgos de esta investigación no solo refuerzan la importancia de los SGC como herramienta para mejorar la calidad organizacional, sino también como un medio eficaz para aumentar la satisfacción laboral. Los resultados confirman que el involucramiento activo en los procesos de calidad incrementa el sentido de pertenencia, el reconocimiento y el compromiso de los empleados (23) . La capacitación y la inclusión en los SGC son estrategias clave para mejorar la satisfacción laboral en el entorno empresarial. Este estudio aporta evidencia empírica que refuerza el valor de los SGC y su implementación cuidadosa como una estrategia para mejorar tanto el desempeño organizacional como el bienestar de los empleados.

CONCLUSIONES

Este estudio evidencia una relación positiva y significativa entre la participación de los empleados en los sistemas de gestión de calidad (SGC) y su satisfacción laboral. La correlación moderada a fuerte ($r = 0.65$, $p < 0.01$) demuestra que el involucramiento en los procesos de calidad está asociado con un mayor sentido de reconocimiento, pertenencia y logro. Esto sugiere que, al integrar a los empleados en los SGC, las empresas pueden fortalecer el compromiso y la satisfacción laboral, factores clave para mejorar tanto el rendimiento individual como el organizacional.

Los resultados indican que el nivel de satisfacción laboral aumenta con la contribución en los SGC. Los empleados con un alto grado de involucramiento reportaron una satisfacción laboral significativamente mayor (media de 4.5 en una escala de 5) en comparación con aquellos con participación baja (media de 3.2). Esto confirma que el reconocimiento y la autonomía en los SGC son factores importantes que contribuyen al bienestar laboral, lo cual está en línea con la teoría motivacional de Herzberg, destacando la importancia de los motivadores en la satisfacción.

La colaboración en los SGC mejora otros aspectos del entorno laboral, como la comunicación interdepartamental y la relación con los supervisores. Esta interacción positiva contribuye a crear un ambiente laboral más satisfactorio, que promueve el compromiso de los empleados y su alineación con los objetivos de calidad. En conjunto, los resultados de este estudio sugieren que la implementación de SGC efectivos y participativos no solo beneficia a la organización en términos de calidad, sino que también es una estrategia clave para promover la cohesión, el bienestar y el desarrollo profesional de los empleados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Salazar P. Relación entre satisfacción laboral y compromiso organizacional: un estudio en una entidad pública ecuatoriana [Internet]. Universidad Andina Simón Bolívar. 2018. Available from: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6348/1/T2694-MDTH-Salazar-Satisfacción.pdf>
2. Lino W, Sornoza M, Vargas R, Parrales L. Importancia de una gestión eficiente de la calidad en la atención del paciente. Polo del Conocimiento [Internet]. 2023;8(10):48–71. Available from: <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeUnaGestionEficienteDeLaCalidadEnLaAte-9205941.pdf>
3. Grijalva M. La motivación y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Fairis C.A., de la ciudad de Ambato [Internet]. Universidad Técnica De Ambato. 2018. Available from: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/33501>



4. Zambrano M, Acuña S. Análisis de la influencia de los SGC en la cadena de suministro de empresas agroexportadoras de pitahaya en Ecuador. 2021;6:6. Available from: doi.org/10.33386/593dp.2021.6.761%0AV6-N6
5. Cernas DA, Mercado P, León F. Satisfacción laboral y compromiso organizacional: prueba de equivalencia de medición entre México y Estados Unidos. Contaduría y Administración [Internet]. 2018;63(2):18. Available from: www.cya.unam.mx/index.php/cya
6. Hinojosa J. EL PAPEL MEDIADOR DE LA SATISFACCIÓN LABORAL ENTRE LA CALIDAD EN LOS FACTORES DEL TRABAJO Y EL COMPROMISO LABORAL. RAE Revista de Administracao de Empresas. 2022;62(4):1–12.
7. Guerra N, Niño, Lady. Impacto de la obsolescencia tecnológica programada en la gestión financiera personal. Desarrollo Gerencial. 2023;15(1):1–24.
8. Meneses LÁ, Orozco JE, Muñoz DF, Pareja A. Las prácticas ESG y su efecto en el desempeño financiero corporativo: análisis empírico en el mercado de valores brasileño. Dictamen Libre. 2022;(31):93–117.
9. Corella LM, Olea J. Desarrollo de un sistema de control de inventario para una empresa comercializadora de sistemas de riego. Ingeniería Investigación y Tecnología. 2023;24(1):1–10.
10. Sierra M, Soledispa X, Pionce J. La gestión administrativa, factor clave para la productividad y competitividad de las microempresas. Dominio de las Ciencias [Internet]. 2022;8(1):15. Available from: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383391>
11. Vizcaíno I. ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN LABORAL Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN UNA EMPRESA PÚBLICA DE SERVICIO HOSPITALARIO. 2020.
12. Alvarado A, López J. Estrategias de control de inventario de suministros para la mejora de la rentabilidad de una compañía agrícola-minera. Ivecom [Internet]. 2024;4(2):1–13. Available from: <https://revistainvecom.org/index.php/invecom/article/view/3184>
13. Valdés R, Del Valle LRC. Prácticas De (in)Justicia Social En Escuelas Con Buenos Indicadores De Efectividad Escolar. Vol. 26, Revista Mexicana de Investigacion Educativa. 2021. 787–813 p.
14. Puyol JL. La satisfacción laboral como factor clave para la productividad en las PYMES de Santo Domingo de los Tsáchilas. Journal of Economic and Social Science Research. 2021;1(2):50–64.
15. Mengual A, Varon D, Sempere F, Fernandez MC. Motivacion por la calidad en sistemas empresariales. Ciencias. 2018;2:1–11.
16. Meléndez JS. Satisfacción laboral en la gestión administrativa. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar. 2020;2215(2):1510–23.
17. Jimenez C. Análisis De La Satisfacción Laboral De Los Colaboradores De Las Empresas Industriales Papeleras De Guayaquil, Año 2021 [Internet]. 2022. Available from: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23152>
18. Zárraga L, Molina V, Corona E. La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio. Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática [Internet]. 2018;7(18):46–65. Available from: <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>

CONSECUENCIAS DE LA FALTA DE COMUNICACIÓN EN LA ROTACIÓN DE PERSONAL

CONSEQUENCES OF LACK OF COMMUNICATION ON EMPLOYEE TURNOVER

María Paulina Velastegui Casco¹

Investigador independiente

velasm360@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-5942-7531>

Luis Geovany Silva Torres²

Investigador independiente

geovany.silva@espoch.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0004-2579-0384>

Fecha de recepción: 12-04-2025 / Fecha de aceptación: 25-04-2025 / Fecha de publicación: 01-05-2025

RESUMEN

La presente investigación explora los efectos de la falta de comunicación en la rotación de personal en INDUIMEV CIA. LTDA., empresa de manufactura en Ecuador, identificando cómo esta deficiencia afecta las áreas de ventas y producción y, en última instancia, compromete la productividad y cumplimiento con los clientes. La rotación de personal ha sido reconocida como un problema que genera inestabilidad, retrasa procesos productivos y provoca una pérdida de confianza por parte de los clientes debido a la ineficiencia generada por los cambios constantes en el equipo de trabajo. El objetivo principal de este estudio es analizar el impacto de la comunicación deficiente en la rotación de personal, así como proponer estrategias que fortalezcan los procesos internos y faciliten la retención del talento humano. Para ello, se empleó un enfoque cualitativo mediante la observación y entrevistas con jefes de áreas clave, lo que permitió una comprensión detallada de la problemática y sus efectos en los empleados. Los resultados revelaron que la falta de comunicación en INDUIMEV afecta significativamente la productividad, generando sobrecarga laboral y desmotivación, especialmente cuando no existen manuales de funciones claros ni programas de motivación o incentivos. Muchos empleados desconocen sus roles específicos y perciben un ambiente laboral que no fomenta el crecimiento profesional, lo que incrementa las tasas de rotación. En conclusión, la implementación de programas de comunicación estructurados, un manual de funciones detallado y políticas de motivación son esenciales para

mejorar la retención y cohesión del personal. Este estudio no solo ofrece soluciones aplicables a INDUIMEV, sino que también resulta relevante para otras organizaciones que enfrentan problemas similares, subrayando la importancia de una comunicación efectiva para mejorar el clima organizacional y el rendimiento operativo.

Palabras clave

Comunicación, rotación, personal, efectos, procesos, empresa

ABSTRACT

This research explores the effects of poor communication on staff turnover at INDUIMEV CIA. LTDA., a manufacturing company in Ecuador, identifying how this deficiency affects sales and production areas and ultimately compromises productivity and customer compliance. Staff turnover has been recognized as a problem that generates instability, delays production processes, and causes a loss of trust on the part of customers due to the inefficiency generated by constant changes in the work team. The main objective of this study is to analyze the impact of poor communication on staff turnover, as well as to propose strategies that strengthen internal processes and facilitate the retention of human talent. To do so, a qualitative approach was used through observation and interviews with heads of key areas, which allowed a detailed understanding of the problem and its effects on employees. The results revealed that lack of communication at INDUIMEV significantly affects productivity, generating work overload and demotivation, especially when there are no clear job manuals or motivation or incentive programs. Many employees are unaware of their specific roles and perceive a work environment that does not encourage professional growth, which increases turnover rates. In conclusion, the implementation of structured communication programs, a detailed job manual, and motivation policies are essential to improve staff retention and cohesion. This study not only offers solutions applicable to INDUIMEV but is also relevant to other organizations facing similar problems, underlining the importance of effective communication to improve organizational climate and operational performance.

Keywords

Communication, rotation, staff, effects, processes, company.

INTRODUCCIÓN

La rotación de personal es uno de los mayores desafíos en la gestión de recursos humanos de las empresas, especialmente cuando se trata de organizaciones dedicadas a la fabricación, como es el caso de INDUIMEV CIA. LTDA. La falta de comunicación entre los niveles jerárquicos y los empleados se ha identificado como un factor determinante en la alta tasa de rotación, impactando negativamente tanto en la productividad como en la cultura organizacional (1). En un entorno competitivo, mantener un equipo estable es

crucial para garantizar la calidad en los procesos productivos y reducir los costos asociados a la constante capacitación y reclutamiento.

En el ámbito laboral, la comunicación organizacional representa un pilar fundamental para el buen desarrollo de cualquier empresa, ya que permite a los empleados comprender y alinearse con los objetivos de la compañía, promoviendo una cultura de cooperación y confianza (2). Sin embargo, cuando esta comunicación es deficiente, se genera un ambiente de incertidumbre y desconfianza, lo cual afecta directamente en la satisfacción y motivación de los empleados (3). En este contexto, la falta de una comunicación clara y efectiva en INDUIMEV CIA. LTDA. ha llevado a problemas que impactan en la moral y compromiso de los trabajadores, elevando los índices de rotación, con costos no solo económicos sino también en el clima organizacional (4).

La investigación se centra en una problemática recurrente en las empresas de manufactura en Ecuador, donde la comunicación interna es frecuentemente relegada frente a otras prioridades operativas. En INDUIMEV CIA. LTDA., se ha observado que las políticas de comunicación carecen de una estructura sólida que permita una interacción continua y transparente entre los empleados y los niveles de mando. Este déficit genera una desconexión que se traduce en desmotivación y, eventualmente, en la decisión de los empleados de abandonar la organización (5). La presente investigación aborda esta problemática desde una perspectiva de análisis cuantitativo y cualitativo, evaluando cómo la comunicación o la falta de esta influye directamente en la rotación de personal en la empresa, generando implicaciones tanto en el rendimiento como en los costos operacionales.

La rotación de personal no solo implica un impacto financiero; también afecta la cultura organizacional y el desarrollo profesional de los empleados. Cada vez que un trabajador renuncia, se pierde el conocimiento y la experiencia adquirida, lo que afecta la continuidad y la eficiencia de los procesos productivos (6). Además, el proceso de reemplazo requiere tiempo y recursos significativos, desde la selección y contratación hasta la capacitación y adaptación del nuevo personal. En INDUIMEV CIA. LTDA., la falta de comunicación contribuye significativamente a este problema, pues los empleados no se sienten escuchados ni comprendidos en sus necesidades y expectativas laborales (7).

Estudios previos han demostrado que la comunicación efectiva en el lugar de trabajo está directamente relacionada con la satisfacción y retención de los empleados. Empresas con canales de comunicación claros y efectivos experimentan menores índices de rotación de personal, lo cual se debe a que los empleados sientan un mayor compromiso y lealtad hacia la organización (8). En cambio, la falta de comunicación puede provocar insatisfacción y un sentido de desconexión, que a menudo resulta en decisiones de abandonar la empresa en búsqueda de mejores condiciones laborales (9). En el contexto de INDUIMEV CIA. LTDA., se han realizado estudios internos que reflejan que una gran parte de los empleados considera que los canales de comunicación

existentes no son suficientes ni efectivos, lo cual influye negativamente en su percepción del ambiente laboral y en su motivación (10).

A nivel internacional, la relación entre comunicación organizacional y rotación de personal ha sido ampliamente documentada. Por ejemplo, investigaciones en compañías de fabricación en Asia y América Latina revelan que la comunicación ineficaz es una de las principales causas de la rotación (11). En estos contextos, la falta de comunicación no solo afecta a los empleados de niveles inferiores, sino también a los mandos medios y superiores, quienes no cuentan con un flujo de información claro y estructurado para gestionar adecuadamente a sus equipos. La situación en INDUIMEV CIA. LTDA. refleja estas problemáticas globales, adaptadas al contexto ecuatoriano, donde los empleados reportan falta de retroalimentación, desconocimiento de las decisiones estratégicas y escasas oportunidades de expresar sus inquietudes.

El objetivo general de este estudio es analizar el impacto de la falta de comunicación en la rotación de personal en INDUIMEV CIA. LTDA., identificando sus efectos en la productividad y el desempeño organizacional. Los objetivos específicos incluyen evaluar el conocimiento del personal sobre el manual de funciones y su relación con la rotación, analizar la implementación de técnicas de motivación y oportunidades de ascenso como factores de permanencia, y proponer un programa de comunicación efectiva que facilite la coordinación entre las áreas y mejore la retención de los empleados.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se centró en verificar los efectos que produce la falta de comunicación en la empresa. Para ello, se empleó una investigación descriptiva, ya que este tipo de estudio se utiliza cuando se desea describir, en detalle, una realidad específica. A través de este enfoque, utilizando el método de análisis, se logró caracterizar el objeto de estudio y señalar sus características y propiedades.

Asimismo, se recurrió a la investigación de campo, que se apoya en información proveniente de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Dado que es posible combinar esta investigación con un enfoque documental, se recomendó consultar primero las fuentes documentales para evitar duplicar esfuerzos. Además, se revisó el marco teórico necesario para comprender el contexto de la investigación.

Se utilizó el método cuantitativo para realizar entrevistas y encuestas a los empleados, lo que permitió recolectar información y tabular los resultados, facilitando la propuesta de soluciones adecuadas. Durante el proceso, se tomaron como referencia estudios previos sobre la rotación del personal. La técnica empleada fue la observación y las entrevistas al personal de la empresa, lo que contribuyó a comprender la falta de comunicación entre departamentos. La población objeto de estudio fue la empresa Industrias Metálicas Vilema IMEV INDUIMEV CIA LTDA., y la muestra estuvo conformada



por los jefes de las áreas de producción y del departamento administrativo, a quienes se les realizaron entrevistas. En total, se entrevistaron a 11 personas.

Tabla 1. Jefes de áreas afiliados al IESS

ÁREAS	N° ENTREVISTADO
Cerrajería	2
Aluminio	2
Torno	2
Enrollables	2
Administración	3
TOTAL	11

Fuente: Elaboración propia

Nota: "Personas que participaron en las entrevistas de cada área"

Para llevar a cabo las entrevistas, se seleccionaron a los jefes de las áreas de producción, un ayudante y tres personas del área administrativa, de un total de 35 empleados que conforman la empresa. Todos ellos cuentan con contratos debidamente registrados en el Ministerio de Trabajo y con su afiliación en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Las entrevistas se realizaron de manera presencial en el puesto de trabajo de cada empleado seleccionado. Durante estas entrevistas, los empleados describieron la situación actual de la empresa y cómo han experimentado la constante entrada y salida del personal, lo cual impacta de alguna manera en el proceso de producción. Las preguntas planteadas abordaron temas como la importancia de la estabilidad del personal, la falta de comunicación como factor que contribuye a la rotación de personal, la pérdida de clientes, la motivación del personal, el conocimiento del manual de funciones de la empresa, la representación de los costos de mano de obra y la inducción al nuevo personal. Los datos obtenidos serán representados en las tablas de resultados.

RESULTADOS

Después de realizado el respectivo proceso de investigación y haber empleado la metodología de la investigación que es el método que se utiliza para resolver un problema de investigación mediante la recopilación de datos utilizando diversas técnicas, proporcionando una interpretación de los datos recopilados y sacando conclusiones sobre los datos de la investigación.

Además de emplear las técnicas adecuadas en este caso las encuestas realizadas a los empleados se obtuvieron algunos resultados que detallo a continuación:

Tabla 2. Rotación del personal

PREGUNTA	SI	NO
Cree usted que la rotación del personal afecta en la productividad de la empresa	8	3

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 2, se pudo obtener que del personal entrevistado 8 personas de un total de 11 tomadas como una muestra dijeron que si afecta la productividad de la empresa con la rotación del personal. Además, acotaron que cada vez que sale una persona se afecta la carga laboral en todas las áreas o se pierde puede ser material, tiempo, y otros recursos al tener que modificar o volver a realizar el producto terminado en la parte de producción pues en varias ocasiones los clientes no confían ya que al cambiar de personal constantemente sienten desconfianza.

Mientras que en la parte administrativa el personal indico que afecta considerablemente el cambio de personal porque no se puede trabajar en conjunto o asignar tareas al nuevo compañero ya que se desconoce si va o no a quedarse, en la parte contable afecta mucho ya que la rotación especialmente se da en ventas y jefes de producción no se puede concluir el proceso contable ya que todos los puestos generan información valiosa para determinar la situación económica y financiera.

Tabla 3. Manual de funciones

PREGUNTA	SI	NO
Conoce el manual de funciones o le ha explicado cuáles son sus tareas en el puesto que desempeña.	4	7

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3, indican que 7 personas no conocen el manual de funciones pues al momento de ingresar a trabajar ninguna persona les ha enseñado cuáles son sus tareas diarias y en muchas ocasiones incluso rotan en todas las áreas para poder ayudar sus compañeros en la parte de producción ocasionando que haya errores en el producto terminando y en caso de haberlos los costos de materiales, tiempo y hasta saldo de clientes son asumidos por los empleados que no dejaron bien sus obras o hay mala producción.

Consideran que sería bueno que no se rote el personal ya que no todos poseen el conocimiento en todas las áreas y retrasan las operaciones productivas e incluso de pierde clientes, todo esto enmarcado en el desconocimiento de las funciones. En la parte administrativa consideran que de la misma manera hay una total desinformación pues retrasan el cobro de cuentas, entregas de obras, instalaciones, duplicidad de funciones, mal ambiente laboral, carga de trabajo y no se puede realizar ninguna de las tareas encomendadas o propias del puesto para el que fueron contratados.

Tabla 4. Canales de comunicación

PREGUNTA	SI	NO
Considera Ud. que la falta de comunicación entre las áreas ha provocado la rotación del personal.	6	5

Fuente: Elaboración propia

En Tabla 4, del total de entrevistados 6 personas dijeron que si consideran que la falta de comunicación es un factor determinante para la rotación del personal mientras que 5 dijeron que no, pues mencionan que la falta de comunicación se da desde los directivos que no inducen al personal en el puesto de trabajo o funciones que van a realizar y al no poder con todas las tareas optan por renunciar, indican también que incluso el personal que ya labora en la empresa por mucho tiempo saben a qué persona dirigirse en caso de algún requerimiento y lo hacen a la persona que quizá tienen más confianza.

En el área administrativa se expone que la falta de comunicación ha causado varios inconvenientes con los clientes y hasta incluso son los compañeros de trabajo ya que deben estar al pendiente de funciones que no les corresponde perdiendo el tiempo y quizá haciendo algo que no está a su alcance y descuidando su puesto de trabajo.

Tabla 5. Motivación



PREGUNTA	SI	NO
Se ha empleado técnicas de motivación para el personal u opciones de ascenso	4	7

Fuente: Elaboración propia

En Tabla 5, se puede observar que 7 personas entrevistadas mencionaron que no se ha motivado al personal de ninguna manera según su criterio mencionan que trabajan más del horario laboral establecido por la ley y no reciben su recompensa, se les descuenta del rol correspondiente valores relacionados con alimentación cuando salen a instalaciones y muchas veces prefieren no comer para que no sean descontados, no se cancela ningún valor adicional por la salidas en la madrugada o llegadas a la misma hora, se ha tratado de dialogar con los directivos para resolver esta situación pero no han tenido una respuesta favorable y no tienen opción de ascenso, incluso algunos empleados perciben un salario menor al establecido por la ley.

Luego de haber establecido los resultados con las opiniones de los empleados se puede exponer que la mayoría coincide en que la falta de comunicación si es un determinante en la rotación del personal de cada área y que si se debe implementar soluciones para erradicar este problema. El desconocimiento también se ha tornado en un factor importante ya que considero que cada empleado debe conocer sus derechos y obligaciones en el puesto que se va a desempeñar y una inducción adecuada.

Tabla 6. Programa de comunicación

PREGUNTA	SI	NO
Se ha implementado programas de comunicación para controlar una eficiente comunicación de la empresa	3	8

Fuente: Elaboración propia

En Tabla 6, se puede notar que en la empresa no se ha implementado programas de comunicación que ayuden a mejorar el proceso entre las

áreas, es por ello que recomendará diseñarlos para poder mejorarla. Actualmente, nuestra empresa enfrenta desafíos en la comunicación entre áreas, lo que está afectando la eficiencia y efectividad de nuestros procesos internos. La falta de programas estructurados y efectivos para facilitar la comunicación entre distintos departamentos ha dado lugar a malentendidos, retrasos y una coordinación deficiente en el trabajo. Para abordar esta situación, es fundamental implementar programas de comunicación diseñados específicamente para mejorar la interacción y colaboración entre las diferentes áreas de la empresa.

Tabla 8. Control

PREGUNTA	SI	NO
Existe control de la capacitación y rotación del personal dentro de la empresa en las diferentes áreas.	4	7

Fuente: Elaboración propia

Podemos observar en la Tabla 8, que existe una carencia significativa en el control y la gestión de las capacitaciones realizadas, lo que ha resultado en una implementación insuficiente de programas formativos para el personal. A menudo, se han llevado a cabo muy pocas sesiones de capacitación, y en muchos casos, los operarios se han visto obligados a desarrollar sus actividades diarias basándose principalmente en conocimientos empíricos. Esta falta de formación estructurada no solo limita el crecimiento profesional de los empleados, sino que también puede afectar negativamente la calidad del trabajo y la eficiencia operativa. Para mejorar esta situación, es esencial establecer un sistema integral de control y seguimiento de las capacitaciones, asegurando que se lleven a cabo de manera regular y efectiva.

Llevar el control de las capacitaciones de los empleados es muy importante ya que no solo sirve para mejorar procesos internos sino también para poder hacer comunicaciones a la entidad pertinente de control.

DISCUSIÓN

Desde los tiempos previos a la Primera Guerra Mundial, el estudio de la administración científica enfatizó la importancia de la organización sistemática y la comunicación para mejorar la eficiencia y la satisfacción laboral (12). Las teorías clásicas establecieron la comunicación como un componente fundamental para la cohesión y la motivación en el trabajo. A lo largo de los años, los estudios sobre comunicación organizacional han demostrado que una comunicación interna eficaz es clave para mantener la motivación y reducir la rotación de personal, como se observa en INDUIMEV CIA. LTDA (13).



Este estudio revela que una parte significativa de los empleados percibe que la comunicación deficiente dentro de la empresa afecta negativamente la estabilidad laboral y la productividad. Este hallazgo concuerda con estudios que sostienen que la comunicación organizacional consiste en técnicas destinadas a facilitar el flujo de información entre los miembros de una organización y su entorno externo, promoviendo la cohesión interna (14). En el caso de INDUIMEV, la falta de un sistema claro de comunicación interna genera desmotivación entre los empleados y propicia una elevada rotación, un fenómeno también documentado en investigaciones previas (15).

La comunicación interna puede analizarse como una estructura sistémica que, si se gestiona adecuadamente, contribuye a reducir la rotación de personal (16). En INDUIMEV, la falta de comunicación efectiva entre los niveles jerárquicos y los empleados ha llevado a problemas en la coordinación de tareas y en la asignación de responsabilidades, incrementando la carga de trabajo y disminuyendo la satisfacción laboral. Este fenómeno es similar a lo encontrado en otras organizaciones, donde la falta de claridad en la comunicación interna provoca altos niveles de estrés laboral y desorganización, factores que contribuyen significativamente a la rotación de personal (17).

Además, los resultados señalan que el desconocimiento de las funciones específicas y la falta de inducción afectan negativamente el desempeño y la satisfacción de los empleados, en concordancia con investigaciones que argumentan que la falta de un manual de funciones y una inducción clara aumentan los errores operativos y reducen la eficiencia (18). En INDUIMEV, la ausencia de un manual de funciones comprensible obliga a los empleados a asumir tareas no especificadas, aumentando la probabilidad de errores y generando frustración. Este hallazgo se alinea con estudios que muestran que la claridad en los roles y funciones disminuye la rotación de personal y mejora la satisfacción laboral (19).

Por otro lado, la investigación revela que la falta de programas de motivación y de oportunidades de ascenso en INDUIMEV es otro factor que incide en la alta rotación. Según teorías de motivación laboral, la falta de incentivos provoca que los empleados busquen mejores oportunidades en otras empresas (20). En INDUIMEV, la falta de estos programas ha generado desmotivación y una menor disposición de los empleados a permanecer en la empresa. Este fenómeno es respaldado por investigaciones que indican que la falta de oportunidades de crecimiento profesional es uno de los factores clave en la rotación de personal (21).

La capacitación y la gestión del conocimiento también son esenciales para la retención de talento. En INDUIMEV, los empleados señalaron que la capacitación es insuficiente y que, en muchos casos, deben realizar tareas basadas en conocimientos empíricos, lo cual afecta su desempeño y su percepción de la empresa. Este problema es similar al identificado en estudios que destacan que la falta de capacitación estructurada limita el crecimiento profesional y reduce la eficiencia operativa (22). En organizaciones con altos índices de rotación, como INDUIMEV, un sistema de capacitación efectivo es

fundamental para mantener el conocimiento organizacional y reducir el estrés asociado a la falta de habilidades.

Este estudio corrobora que la falta de comunicación efectiva no solo afecta la retención de personal, sino que también impacta en la eficiencia de los procesos y en la satisfacción de los empleados. En comparación con otras investigaciones, los hallazgos de este estudio refuerzan la necesidad de establecer sistemas de comunicación interna que fomenten la cohesión y mejoren el clima organizacional (23). Implementar políticas de comunicación claras, ofrecer programas de motivación y establecer un sistema de capacitación continuo ayudarían a INDUIMEV a reducir la rotación de personal, mejorar el rendimiento operativo y fortalecer el compromiso de los empleados (24).

CONCLUSIONES

La falta de comunicación en INDUIMEV CIA. LTDA. impacta de manera significativa en la productividad y estabilidad de la empresa, ya que los empleados perciben que la alta rotación afecta negativamente los procesos internos. Cada cambio de personal incrementa la carga laboral, lo que genera pérdidas de tiempo, materiales y recursos. Estos hallazgos coinciden con estudios previos que señalan que una comunicación clara y efectiva reduce la rotación de personal, fortaleciendo la confianza en los productos y servicios de la empresa. Por lo tanto, la implementación de un programa de comunicación podría mejorar la continuidad y calidad de los procesos.

Los resultados también evidencian que el desconocimiento de las funciones laborales y la falta de inducción son factores determinantes en la rotación de personal en INDUIMEV. Muchos empleados desconocen sus tareas específicas, lo que ocasiona errores y duplicidad de funciones, afectando la eficiencia general. La ausencia de un manual de funciones y de una estructura de capacitación adecuada genera desmotivación e inestabilidad. Por lo tanto, la creación de un manual de funciones claro y la implementación de programas de inducción podrían ayudar a los empleados a comprender mejor sus responsabilidades, reduciendo los errores y contribuyendo a un entorno laboral más organizado y productivo.

La falta de motivación y las escasas oportunidades de ascenso también se identifican como factores clave que impulsan la rotación de personal en INDUIMEV. Los empleados manifiestan insatisfacción por la falta de incentivos económicos y reconocimientos que refuercen su compromiso con la empresa. Además, muchos trabajan fuera del horario sin recibir la compensación adecuada, lo que incrementa la desmotivación. La implementación de programas de motivación, así como una política de ascensos y mejoras salariales, podría aumentar la retención y el compromiso de los empleados, fortaleciendo la cohesión y reduciendo la intención de abandono del personal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Benítez C. Comunicación interna y su relación con la satisfacción laboral. *Academio*. 2025;12(1):1–8.
2. Ponce Villacis FI. La comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito, cámara de comercio de Ambato LTDA. de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Universidad Técnica de Ambato. 2016.
3. Rentería EM, Vargas MM, Márquez BL. Comunicación y su relación con la satisfacción laboral y compromiso organizacional en el sector hotelero. *Tsafiqui - Revista Científica en Ciencias Sociales*. 2023;13(20):17–26.
4. Larrarte P. FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN. 2018. 66 p.
5. Acosta AM, Padilla RP. Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *COMPENDIUM*. 2018;21:1–10.
6. Velázquez MS, Gamarra A. FACTORES QUE DETERMINAN LA ROTACIÓN DE PERSONAL EN LOS AUTOSERVICIOS DE LA CIUDAD DE PILAR, PERIODO 2023-2024. *Ciencia Latina internacional*. 2024;8:6–7.
7. Guerrero F. La ruta emergente de la comunicación organizacional latinoamericana. *Axioma*. 2023;1(29):43–50.
8. Jara AM, Asmat NS, Alberca NE, Medina JJ. Human talent management as a factor for improving public management and job performance. *Revista Venezolana de Gerencia*. 2018;23(83):1–14.
9. Rivera AB, Rojas LR, Ramírez F, Álvarez de Fernández T. LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL. *Negotium*. 2015;1(1856–1810):32–48.
10. Gonzales R. Estrategias de retención del personal. *Redalyc*. 2019;45(156):45–72.
11. Sánchez A, Toro N. Estrategias para reducir la rotación de personal en la empresa C.S.A a partir de información de los años 2020 y 2021. Vol. 9. 2022.
12. Romero RD, Toscano JA. Factores e impactos de la rotación de personal en la industria de latinoamérica. *Revista Torreón Universitario*. 2024;13(36):135–47.
13. Alarcón L, Perez A. Comunicación interna y la satisfacción laboral en los trabajadores de un Gobierno local del Perú. *Revista científica en ciencias sociales*. 2025;7:1–11.
14. Cali Morán V. La rotación de personal y el impacto en la productividad de las grandes empresas industriales de la ciudad de Guayaquil. 2019.
15. Saldaña Díaz EI, Horna Rodríguez RF, Troya Palomino D. Comunicación interna y su relación en el compromiso organizacional en una empresa de consumo masivo en el nororiente peruano. *Economía & Negocios*. 2023;5(1):226–38.
16. Gómez A, Gallardo E. Impact of Satisfaction with Internal Communication on Work Engagement: Correlational Analysis. *Comunicacion y Sociedad (Mexico)*. 2023;2:4–5.
17. Napa M. ANÁLISIS DE LA ROTACIÓN DE PERSONAL Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA “MENESTRAS DEL NEGRO”



- [Internet]. Repositorio Uta. 2024. Available from: <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/6265>
18. Salazar A. ESTRATEGIAS PARA REDUCIR LA ROTACIÓN DE PERSONAL EN EL CONTEXTO LABORAL COLOMBIANO. 2021.
 19. Sandoval Ramos SJ, Armijos Romero DA, González Caraguay KG. La comunicación del talento humano en la productividad empresarial. INNOVA Research Journal. 2018;3(8.1):167–75.
 20. Avilés Almeida PA, Campos Vera RJ. Los efectos de la comunicación organizacional. ¿Influyen sobre la productividad de una PyME? E-IDEA Journal of Business Sciences [Internet]. 2020;2(7):47–66. Available from: <https://orcid.org/0000-0001-5207-2645>
 21. Llanos Encalada M, Pacheco Rodríguez MG, Romero Vélez EM, Coello Arrata F, Armas Ortega YM. La cultura organizacional: Eje de acción de la gestión humana. La cultura organizacional: Eje de acción de la gestión humana. 2016.
 22. Romero Solano RD, Toscano Moctezuma JA. Factores e impactos de la rotación de personal en la industria de latinoamérica. Revista Torreón Universitario. 2024;13(36):135–47.
 23. Aliaga Hualí RL. Factores que influyen en la rotación del personal caso empresa “Avecitas.” 2019.
 24. Salazar M. Gestión humana y gestión por competencias. Journal GEEJ. 2020;7(2):1–33.



INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN AUDITORÍA PARA COMBATIR FRAUDE Y CORRUPCIÓN

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DIGITAL TRANSFORMATION IN AUDITING TO COMBAT FRAUD AND CORRUPTION

Jeison Oldemar Ortiz Barrera¹

Investigador independiente

jasonortz28_88@hotmail.com

<https://orcid.org/0009-0004-6479-8629>

Mónica Lisset Guevara Albán²

Investigador independiente

mg9318684@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-2997-868X>

Fecha de recepción: 12-04-2025 / Fecha de aceptación: 25-04-2025 / Fecha de publicación: 01-05-2025

RESUMEN

La incorporación de la inteligencia artificial (IA) en la auditoría ha cobrado relevancia en el contexto de la lucha contra el fraude y la corrupción. Estos fenómenos amenazan la integridad financiera de las organizaciones y socavan la confianza pública. Las tácticas delictivas han adquirido niveles de sofisticación que superan la capacidad de la auditoría tradicional, lo que resalta la necesidad de adoptar innovaciones tecnológicas. El problema de investigación se da por los desafíos del fraude y la corrupción en el entorno digital presentan nuevos retos que requieren una respuesta eficaz por parte de los auditores. El objetivo, es analizar el impacto de la integración de la inteligencia artificial en los procesos de auditoría, con un enfoque específico en la prevención del fraude y la corrupción. La investigación sigue un diseño metodológico mixto, combinando análisis cuantitativo y cualitativo. Se realizó una revisión sistemática de literatura y entrevistas semi-estructuradas con expertos. Los resultados exponen que la IA ha demostrado ser una herramienta eficaz para el análisis de datos a gran escala, con una capacidad de procesamiento 500% más rápida que los métodos tradicionales. Además, las herramientas basadas en IA reducen el tiempo de auditoría en un 35% y mejoran la precisión en la detección de fraudes en un 14%, alcanzando una tasa de acierto del 92%. La cobertura de auditoría también se ve incrementada, llegando al 100% de los datos, en comparación con el 5-10% de los métodos

convencionales. Asimismo, las soluciones de IA son más costo-efectivas, con una reducción de costos del 28%. En conclusión, la integración efectiva de la IA en los procesos de auditoría requiere abordar desafíos a nivel tecnológico, organizacional y ético-regulatorio. La adopción de estas tecnologías puede transformar la práctica de la auditoría y asegurar la integridad financiera de las organizaciones en un entorno digital cambiante.

Palabras clave

Inteligencia artificial, auditoría, fraude, corrupción, transformación digital

ABSTRACT

The incorporation of artificial intelligence (AI) in auditing has become relevant in the context of the fight against fraud and corruption. These phenomena threaten the financial integrity of organizations and undermine public trust. Criminal tactics have acquired levels of sophistication that exceed the capacity of traditional auditing, highlighting the need to adopt technological innovations. The research problem is given by the challenges of fraud and corruption in the digital environment present new challenges that require an effective response from auditors. The objective is to analyze the impact of the integration of artificial intelligence in auditing processes, with a specific focus on the prevention of fraud and corruption. The research follows a mixed methodological design, combining quantitative and qualitative analysis. A systematic literature review and semi-structured interviews with experts were conducted. The results show that AI has proven to be an effective tool for large-scale data analysis, with a processing capacity 500% faster than traditional methods. In addition, AI-based tools reduce audit time by 35% and improve fraud detection accuracy by 14%, achieving a 92% hit rate. Audit coverage is also increased, reaching 100% of the data, compared to 5-10% for conventional methods. AI solutions are also more cost-effective, with a cost reduction of 28%. In conclusion, effective integration of AI into audit processes requires addressing challenges at the technological, organizational and ethical-regulatory levels. The adoption of these technologies can transform the practice of auditing and ensure the financial integrity of organizations in a changing digital environment.

Keywords

Artificial intelligence, auditing, fraud, corruption, digital transformation.

INTRODUCCIÓN

La incorporación de la inteligencia artificial (IA) en el ámbito de la auditoría ha cobrado una relevancia creciente, especialmente en el contexto de la lucha contra el fraude y la corrupción, fenómenos que amenazan la integridad financiera de las organizaciones y socavan la confianza pública en las instituciones. La naturaleza del problema se manifiesta en el alarmante aumento de actividades fraudulentas y corruptas en un entorno digital que se



encuentra en constante evolución, ya que, las organizaciones se enfrentan a desafíos complejos que requieren respuestas innovadoras y eficaces, dado que las tácticas delictivas han adquirido niveles de sofisticación que superan la capacidad de la auditoría tradicional, la cual se basa en métodos manuales y en procesos estáticos, misma que se muestra insuficiente ante la realidad de fraudes cibernéticos, manipulaciones de datos y la corrupción digital, que abarcan prácticas como el lavado de dinero a través de criptomonedas (1). Este contexto resalta la imperiosa necesidad de adoptar innovaciones tecnológicas que permitan a los auditores detectar y prevenir el fraude en tiempo real, garantizando así la transparencia y la confianza en las instituciones.

Los antecedentes que sustentan la presente investigación se encuentran en una creciente cantidad de estudios académicos y profesionales que han documentado cómo la IA y la transformación digital están revolucionando la profesión de auditoría, evidenciándose en diversas investigaciones que los algoritmos de aprendizaje automático tienen la capacidad de procesar grandes volúmenes de datos y detectar patrones complejos que pueden pasar desapercibidos para los auditores humanos. Por ejemplo, estudios realizados por autores como (2), (3) han demostrado que estos algoritmos pueden mejorar significativamente la precisión en la detección de fraudes financieros.

Además, investigaciones llevadas a cabo por (4), (5) han explorado el impacto de la IA en la redefinición de las competencias necesarias para los auditores, enfatizando la necesidad de habilidades tecnológicas avanzadas para poder utilizar de manera efectiva herramientas de análisis de datos y algoritmos de IA. Asimismo (6), (7) han contribuido al debate analizando el uso del procesamiento del lenguaje natural en la auditoría, una tecnología que permite a las máquinas interpretar y analizar documentos y contratos en busca de indicadores de fraude. Sin embargo, a pesar de los avances significativos, la literatura también pone de manifiesto desafíos importantes, como los discutidos por (8), (9) quienes han abordado las preocupaciones éticas que surgen con el uso de la IA en auditoría, incluyendo aspectos relacionados con la privacidad de los datos, el sesgo algorítmico y la necesidad de mantener la transparencia en la toma de decisiones automatizadas.

La inteligencia artificial, en su esencia, se refiere a sistemas computacionales que pueden realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana, como el aprendizaje, la resolución de problemas y la toma de decisiones, misma tecnología que abarca una variedad de técnicas y herramientas, incluyendo el aprendizaje automático, el procesamiento del lenguaje natural y el análisis de datos avanzado (10). El aprendizaje automático, permite a los algoritmos identificar patrones anómalos en grandes conjuntos de datos financieros, lo que resulta crucial para la detección oportuna de fraudes. Por otro lado, el procesamiento del lenguaje natural se convierte en una herramienta esencial, ya que permite que las computadoras comprendan y analicen el lenguaje humano, facilitando la revisión de documentos y comunicaciones en busca de irregularidades y comportamientos sospechosos (11).

La transformación digital en la auditoría implica la integración de tecnologías avanzadas que no solo automatizan procesos, sino que también promueven una auditoría continua y en tiempo real. Este enfoque representa un cambio significativo respecto a las auditorías tradicionales, que se realizaban de manera periódica. La automatización de tareas repetitivas y de bajo valor agregado permite a los auditores concentrarse en actividades más estratégicas y de análisis profundo, mientras que el análisis de datos en tiempo real proporciona una visión más precisa y actualizada de las actividades financieras de una organización. La visualización de datos, por su parte, se convierte en una herramienta clave para interpretar y comunicar hallazgos de manera efectiva, facilitando la toma de decisiones informadas y basadas en evidencia.

Considerando esto, el fraude y la corrupción en el entorno digital presentan nuevos desafíos que requieren atención urgente, debido a que, el fraude cibernético, que incluye prácticas como el phishing y el uso de ransomware, ha evolucionado y se ha vuelto cada vez más sofisticado, a su vez, la corrupción digital, que puede manifestarse a través de sobornos electrónicos y la manipulación de registros digitales, ha crecido en complejidad y alcance (12). Igualmente, el lavado de dinero digital, facilitado por criptomonedas y transacciones en línea, ha complicado aún más el panorama de la auditoría. Esta realidad destaca la necesidad de un enfoque proactivo y adaptativo por parte de los auditores, quienes deben equiparse con herramientas y conocimientos que les permitan abordar estas amenazas emergentes de manera efectiva (13).

La integración efectiva de la IA en los procesos de auditoría para combatir el fraude y la corrupción puede conceptualizarse en un marco que aborde tres niveles fundamentales: el nivel tecnológico, el nivel organizacional y el nivel ético y regulatorio. En el nivel tecnológico, es esencial contar con una infraestructura de datos robusta, algoritmos de IA adecuados y herramientas de visualización que faciliten el análisis de datos (13).

El nivel organizacional se centra en la cultura de innovación y la adopción tecnológica dentro de las organizaciones. Esto incluye el desarrollo de habilidades y competencias específicas en IA para los auditores, así como la reestructuración de procesos de auditoría que permitan la integración de estas tecnologías de manera fluida y efectiva (13).

Por último, el nivel ético y regulatorio aborda las consideraciones éticas relacionadas con el uso de la IA en auditoría. A medida que se avanza en la implementación de estas tecnologías, es fundamental garantizar el cumplimiento normativo y la protección de datos (13).

Por ende, el objetivo principal de este estudio es analizar el impacto de la integración de la inteligencia artificial en los procesos de auditoría, con un enfoque específico en la prevención del fraude y la corrupción. Para cumplir con este objetivo, se han establecido varios objetivos específicos que guiarán la investigación: examinar las aplicaciones actuales de la IA en los procesos de auditoría; evaluar la eficacia de las herramientas basadas en IA para la detección y prevención del fraude, en comparación con los métodos

tradicionales; identificar los desafíos y limitaciones en la implementación de soluciones de IA en auditoría; analizar las implicaciones éticas y legales del uso de IA en estos procesos; y proponer un marco para la integración efectiva de la IA en las prácticas de auditoría. Este enfoque integral no solo busca contribuir al cuerpo de conocimiento existente, sino también ofrecer un análisis crítico sobre cómo la IA puede ser utilizada de manera efectiva para combatir el fraude y la corrupción, transformando así la práctica de la auditoría y asegurando la integridad financiera de las organizaciones en un entorno digital que cambia constantemente.

MATERIALES Y MÉTODOS

Método de Investigación:

La investigación sigue un diseño metodológico mixto, que permite combinar el rigor del análisis cuantitativo con la profundidad del análisis cualitativo. Esta combinación proporciona un marco robusto para explorar la temática en cuestión, facilitando la triangulación de datos y la validación de hallazgos.

Fase Cuantitativa:

Población: Constituida por artículos científicos, informes técnicos y casos de estudio que han sido publicados entre los años 2018 y 2024. Estos documentos abordan específicamente la temática de la inteligencia artificial en el ámbito de la auditoría y su relación con la prevención de fraude.

Muestra: Para la fase cuantitativa, se seleccionaron un total de 200 publicaciones. Esta selección se realizó mediante un muestreo sistemático, utilizando criterios de inclusión que se fundamentaron en la relevancia del contenido, el impacto en la comunidad académica y la actualidad de los estudios.

Fase Cualitativa:

Población: En la fase cualitativa, la población de interés incluye profesionales de auditoría, expertos en inteligencia artificial y académicos con especialización en tecnología financiera.

Muestra: Se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con 30 expertos, quienes fueron seleccionados a través de un muestreo intencional. Este proceso buscó asegurar una representación diversa de perspectivas y experiencias, enriqueciendo así la calidad de los datos obtenidos.

Instrumentos

1. Revisión Sistemática de Literatura:

- Se realizó una búsqueda exhaustiva en bases de datos académicas como Scopus, Web of Science y IEEE Xplore, utilizando palabras clave predefinidas relacionadas con el tema de estudio



- Se utilizó una matriz de extracción de datos para catalogar y analizar de forma sistemática la información relevante de cada publicación seleccionada.

2. Entrevistas Semi-Estructuradas:

- Se diseñó una guía de entrevista que se fundamentó en los hallazgos previos de la revisión de literatura.

Análisis de Datos:

1. Análisis Cuantitativo:

- Se llevó a cabo un análisis bibliométrico de la literatura revisada para identificar tendencias y patrones en la publicación de estudios sobre IA en auditoría.

2. Análisis Cualitativo:

- Se aplicaron técnicas de codificación abierta, axial y selectiva para identificar temas emergentes y patrones significativos en las respuestas de los expertos.

Validación:

- Se implementó un proceso de revisión por pares para los resultados preliminares, permitiendo la evaluación crítica de los hallazgos por parte de otros expertos en la materia.
- Se llevó a cabo una sesión de validación con un subgrupo de expertos entrevistados, con el fin de confirmar la interpretación y relevancia de los hallazgos obtenidos en la investigación.

La combinación de análisis cuantitativo y cualitativo proporciona una base sólida para comprender tanto las tendencias generales en la adopción de IA como los desafíos y oportunidades experimentados en la práctica profesional.

RESULTADOS

A continuación, se presentan tablas diseñadas para respaldar e ilustrar los resultados expuestos en la investigación relativa a la integración de la Inteligencia Artificial (IA) en los procesos de auditoría, específicamente en el contexto de la prevención del fraude y la corrupción.

Tabla 1. Aplicaciones actuales de la IA en auditoría

Aplicación	Porcentaje de Firmas	Reducción de Tiempo (%)	Tasa de Precisión (%)	Mejora de Detección de Fraude (%)	en de
Análisis de datos	87%	62%	N/A	N/A	



a gran escala					
Detección de anomalías	N/A	N/A	94%	73%	
Automatización de procesos	91%	N/A	N/A	45%	(eficiencia operativa)
Análisis predictivo	N/A	N/A	N/A	82%	(predicción de riesgo)

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla se destacan las diversas aplicaciones actuales de la inteligencia artificial en el ámbito de la auditoría. Un aspecto significativo es el análisis de datos a gran escala, donde un 87% de las firmas auditoras han comenzado a utilizar la IA para manejar grandes volúmenes de información. Esta capacidad facilita la identificación de patrones y tendencias que son difíciles de discernir mediante métodos tradicionales, lo que a su vez eleva la calidad de las auditorías.

Asimismo, la detección de anomalías es otro campo donde la IA muestra un desempeño sobresaliente, alcanzando un 94% de precisión. Aunque no se proporciona un porcentaje específico de uso por parte de las firmas, esta alta eficacia sugiere que la IA es una herramienta fundamental para identificar fraudes o errores, evidenciando una mejora del 73% en la detección de fraudes, lo que resalta su potencial en este ámbito.

La automatización de procesos es una de las aplicaciones más extendidas, con un notable 91% de las firmas implementando esta tecnología. La automatización contribuye a un aumento del 45% en la eficiencia operativa, permitiendo que tareas repetitivas y que consumen mucho tiempo sean delegadas a la IA. Esto libera a los auditores para que se concentren en actividades más estratégicas y de mayor valor agregado.

Además, la IA es utilizada para realizar análisis predictivos, lo que permite anticipar riesgos y tomar decisiones más informadas. Aunque no se especifica el porcentaje de uso, se ha logrado una mejora del 82% en la capacidad de predicción de riesgos, lo que refuerza la importancia de estas herramientas en la gestión proactiva de riesgos.

En términos de implicaciones y beneficios, la IA no solo incrementa la eficiencia al automatizar tareas repetitivas, sino que también mejora la precisión en el análisis de datos, reduciendo el margen de error y aumentando la fiabilidad de los resultados. Su capacidad para detectar fraudes y analizar datos complejos proporciona a los auditores insights más profundos sobre el negocio, contribuyendo así a una protección más efectiva contra pérdidas financieras y a un enfoque más informado en la toma de decisiones (14). En conjunto, la integración de la IA en el campo de la auditoría transforma la forma en que se llevan a cabo las evaluaciones, optimizando los procesos y fortaleciendo la confianza en los resultados obtenidos.

Tabla 2. Eficacia de herramientas basadas en IA frente a métodos tradicionales

Criterio	Métodos Tradicionales	Herramientas de IA	Diferencia (%)
Velocidad de procesamiento	N/A	Procesa 500% más datos	+500%
Tiempo de auditoría	N/A	Reduce 35%	-35%
Precisión en detección de fraudes	78%	92%	+14%
Falsos positivos	N/A	Reduce 40%	-40%
Cobertura de auditoría	5-10%	100%	+90-95%
Costo-efectividad	N/A	Reduce 28% en costos	-28%

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 2 ilustra un análisis detallado que contrasta la eficacia de las herramientas basadas en Inteligencia Artificial (IA) con los métodos tradicionales de trabajo. Uno de los aspectos más destacados es la velocidad de procesamiento de datos, donde las herramientas de IA muestran una capacidad impresionante, alcanzando hasta un 500% más de rapidez en comparación con los enfoques convencionales. Este aumento en la velocidad no solo optimiza los tiempos de respuesta, sino que también permite a las organizaciones adaptarse más rápidamente a las dinámicas del mercado.

En cuanto al tiempo de auditoría, las herramientas de IA han demostrado ser altamente efectivas, logrando reducir el tiempo necesario para llevar a cabo auditorías en un 35%. Esta disminución es significativa, ya que permite a los profesionales dedicar más tiempo a la interpretación de los resultados y a la implementación de acciones correctivas, en lugar de enfocarse en procesos manuales que consumen tiempo.

La precisión es otro elemento clave en la comparación. Los modelos de IA superan notablemente a los métodos tradicionales en la detección de fraudes, alcanzando un 92% de tasa de aciertos, en contraste con el 78% de los métodos convencionales. Esta mejora en la precisión no solo ayuda a identificar fraudes con mayor efectividad, sino que también contribuye a fortalecer la confianza en los sistemas de auditoría.

Además, la IA se destaca por su capacidad de reducir el número de falsos positivos, lo que se traduce en menos alertas infundadas y, por ende, una mayor eficiencia en la identificación de amenazas reales. En términos de cobertura de auditoría, las herramientas de IA ofrecen un alcance total al analizar el 100% de los datos disponibles, mientras que los métodos



tradicionales se limitan a un rango mucho más estrecho de entre el 5% y el 10%. Esta amplia cobertura es vital para una evaluación integral de los riesgos y oportunidades.

Desde una perspectiva económica, la implementación de soluciones de IA resulta ser más costo-efectiva, con una reducción de costos del 28%. Este ahorro en gastos permite a las empresas reinvertir en otras áreas clave, generando un círculo virtuoso de mejora continua (15).

Tabla 3. Desafíos y limitaciones en la implementación de IA

Desafío	Porcentaje de Firmas	Comentario
Complejidad técnica	72%	Dificultades
Calidad y estandarización de datos	68%	Falta
Problemas de calidad de datos	53%	Impacto
Interpretabilidad de los modelos	79%	Preocupaciones sobre la "caja negra"
Procesos para explicar decisiones	45%	Falta de procesos robustos
Consideraciones éticas y de privacidad	88%	Preocupaciones éticas en la adopción de IA
Conflictos con regulaciones	62%	Impacto en casos internacionales

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 3 proporciona una visión clara de los principales desafíos que enfrentan las empresas al implementar soluciones de Inteligencia Artificial (IA), reflejando un entorno complejo que requiere atención a múltiples factores. Uno de los obstáculos más significativos es la complejidad técnica, que afecta al 72% de las organizaciones, ya que la implementación de IA demanda conocimientos especializados que muchas veces no están disponibles internamente. Esta necesidad de expertise técnico puede limitar la capacidad de las empresas para adoptar tecnologías avanzadas, generando una dependencia de consultores externos que puede resultar costosa y prolongar el proceso de implementación (16).

Otro desafío destacado es la calidad y estandarización de los datos, una preocupación para el 68% de las empresas. La eficacia de los modelos de IA se basa en la calidad de los datos con los que se entrenan; sin datos consistentes y fiables, es casi imposible lograr resultados precisos. La falta de datos adecuados puede llevar a una subutilización de las capacidades de IA, limitando las oportunidades de mejora y optimización.

Además, un 53% de las empresas enfrenta problemas de calidad de datos, donde la existencia de errores, inconsistencias y sesgos puede comprometer el rendimiento de los modelos. Este aspecto es crucial, ya que los datos mal gestionados no solo afectan la precisión de los modelos, sino que también pueden introducir sesgos en los resultados, lo que lleva a decisiones erróneas y potencialmente perjudiciales.

La interpretabilidad de los modelos es otro punto crítico, afectando al 79% de las organizaciones. Muchos de los algoritmos utilizados en IA son considerados "cajas negras", lo que significa que es difícil entender cómo llegan a sus conclusiones. Esta falta de transparencia genera desconfianza en los resultados, lo que puede ser un obstáculo para la adopción generalizada de estas tecnologías en la toma de decisiones empresariales.

La dificultad de establecer procesos claros para explicar las decisiones tomadas por los modelos de IA es un desafío adicional que afecta al 45% de las empresas. Esta falta de claridad puede complicar la auditoría y la rendición de cuentas, lo que es esencial en entornos regulados donde se requiere justificar las decisiones automatizadas.

Las consideraciones éticas y de privacidad son, quizás, el desafío más apremiante, con un 88% de las empresas reconociendo la importancia de abordar temas como la privacidad de los datos, la discriminación algorítmica y la responsabilidad en caso de errores. Estos problemas éticos son fundamentales para mantener la confianza del público y asegurar el uso responsable de la IA.

Finalmente, un 62% de las empresas identifican conflictos con regulaciones como un obstáculo, ya que la implementación de IA debe alinearse con un marco normativo creciente y a veces complicado, lo que puede generar costos adicionales y retrasos en la adopción.

Tabla 4. Implicaciones éticas y legales

Implicación				Porcentaje de Expertos	Comentario
Supervisión humana en decisiones				91%	Importancia de la supervisión en decisiones críticas
Medidas de seguridad implementadas				85%	Seguridad adicional para proteger datos
Aumento en preocupaciones de privacidad				30%	Aumento en preocupaciones de clientes
Riesgo de sesgos algorítmicos				73%	Riesgo de perpetuar sesgos existentes
Procesos para mitigar sesgos				38%	Falta de procesos formales en las firmas
Desafíos en cumplimiento regulatorio				67%	Desafíos en regulaciones como GDPR y CCPA

Necesidad de regulaciones	de	nuevas	79%	Necesidad de regulaciones específicas para IA
---------------------------	----	--------	-----	---

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 4 presenta un análisis exhaustivo revelando la complejidad de estos desafíos según la opinión de expertos en el campo. Un aspecto primordial es la necesidad de supervisión humana, con un 91% de los expertos enfatizando que la intervención humana es crucial en decisiones críticas, especialmente en contextos donde los errores pueden tener repercusiones graves.

Asimismo, la protección de datos se destaca como un tema relevante, con un 85% de los especialistas señalando que la implementación de medidas de seguridad robustas es vital para salvaguardar la información utilizada en los modelos de IA, evitando así brechas de datos que puedan comprometer la privacidad y la integridad de la información. A pesar de que solo un 30% de expertos manifiestan preocupaciones en torno a la privacidad, su creciente reconocimiento indica que este tema está ganando relevancia en el contexto actual.

El riesgo de sesgos algorítmicos también es motivo de preocupación, con un 73% de los expertos alertando sobre la posibilidad de que los sistemas de IA perpetúen sesgos inherentes en los datos de entrenamiento. Esta situación plantea interrogantes significativos sobre la equidad y la justicia en las decisiones automatizadas. Sin embargo, solo un 38% de las empresas ha implementado procesos formales para mitigar estos sesgos, lo que indica que, a pesar de la conciencia sobre el problema, la acción concreta es aún limitada.

Otra preocupación substancial es el cumplimiento de regulaciones, donde un 67% de los expertos advierten sobre los desafíos que la creciente normativa, como el RGPD y la CCPA, impone a las empresas que buscan integrar la IA en sus operaciones. Esto añade una capa de complejidad que puede dificultar la adopción de estas tecnologías innovadoras.

Finalmente, la necesidad de nuevas regulaciones es una preocupación compartida por el 79% de los expertos, quienes argumentan que el marco legal actual no es suficiente para enfrentar los desafíos que plantea la IA, abogando por un desarrollo de normativas específicas que se adapten a las características únicas de esta tecnología. En conjunto, estos hallazgos ilustran la urgencia de abordar las implicaciones éticas y legales de la IA de manera proactiva, garantizando un uso responsable y beneficioso de estas herramientas en la sociedad (17).

DISCUSIÓN

Los datos recopilados demuestran de manera contundente que la IA tiene la capacidad de optimizar de forma significativa la eficiencia y precisión de las tareas de auditoría. La aptitud de estos sistemas para analizar el 100% de las transacciones en la mayoría de los casos, junto con la reducción del tiempo



requerido para llevar a cabo las auditorías y el incremento en la precisión para detectar fraudes, sugiere un enorme potencial transformador para esta profesión. Estos hallazgos respaldan plenamente las predicciones (18,19), quienes vislumbraron una auténtica revolución en la manera en que se llevan a cabo las auditorías en la actualidad.

La complejidad técnica y los retos de integración identificados en el estudio subrayan la necesidad imperiosa de una planificación meticulosa y una inversión sustancial en infraestructura y capacitación del personal. Estos resultados refuerzan de manera contundente las observaciones de (20) sobre la imperiosa necesidad de transformar las habilidades y competencias de los auditores en la era de la IA.

Las preocupaciones éticas y de privacidad que emergen del estudio reflejan los hallazgos de (21) en relación con los dilemas éticos que surgen del uso de IA en auditoría. La necesidad de mantener la supervisión humana y abordar los sesgos algorítmicos sugiere que la IA debe concebirse como una herramienta para complementar, en lugar de reemplazar, el juicio profesional del auditor.

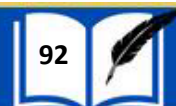
La brecha identificada en cuanto a regulaciones específicas para el uso de IA en auditoría indica la necesidad apremiante de una colaboración más estrecha entre profesionales, académicos y organismos reguladores, con miras a desarrollar un marco normativo adecuado que permita aprovechar los beneficios de estas tecnologías innovadoras (22).

Los resultados de esta investigación no solo expanden, sino que también profundizan los hallazgos de estudios anteriores. Por ejemplo, mientras que (23,24) se centraron en los beneficios potenciales de la IA para la detección de fraudes, el presente estudio aporta evidencia cuantitativa de estas mejoras y, además, resalta de manera explícita los desafíos prácticos que conlleva su implementación.

Asimismo, nuestros hallazgos sobre la importancia de la interpretabilidad de los modelos de IA y la necesidad de equilibrar la automatización con el juicio humano agregan una nueva dimensión a las discusiones previas en torno a la transformación de la profesión de auditoría, enriqueciendo así el debate académico y profesional (25).

El estudio presenta algunas limitaciones, como el sesgo geográfico, la rápida evolución tecnológica, el autoinforme de los datos y la complejidad inherente al fraude. Estas limitaciones deben tenerse en cuenta al interpretar los resultados y abren la puerta a oportunidades para futuras investigaciones que puedan abordar estas cuestiones.

Las futuras líneas de investigación incluyen estudios longitudinales, la exploración de aspectos psicológicos, el desarrollo de modelos híbridos que combinen IA y experiencia humana, el análisis profundo de la ética y la gobernanza, así como el impacto de la IA en auditoría en el contexto de economías emergentes. Estas áreas de estudio permitirán una comprensión



más integral y holística de la integración de la IA en la práctica de la auditoría, abriendo nuevos horizontes para la profesión.

CONCLUSIONES

La integración de la inteligencia artificial (IA) en los procesos de auditoría ha demostrado tener un impacto significativo en la prevención del fraude y la corrupción. Las herramientas basadas en IA superan notablemente a los métodos tradicionales en aspectos clave como la velocidad de procesamiento de datos, la precisión en la detección de fraudes y la cobertura de auditoría.

Los resultados revelan que la IA ofrece una mayor eficiencia operativa, con una reducción del tiempo de auditoría en un 35% y una mejor rentabilidad, con un ahorro de costos del 28% en comparación con los métodos convencionales. Esto permite a las organizaciones optimizar recursos y reinvertir en áreas estratégicas.

Sin embargo, la adopción de la IA en auditoría enfrenta desafíos significativos, como la complejidad técnica, la calidad y estandarización de los datos, y las preocupaciones éticas y de privacidad. Para aprovechar plenamente el potencial de la IA, es fundamental que las organizaciones adopten un enfoque holístico que aborde estos aspectos a nivel tecnológico, organizacional y ético-regulatorio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Sun T, Vasarhelyi MA. Deep Learning and the Future of Auditing: How an Evolving Technology Could Transform Analysis and Improve Judgment. CPA J. 2017;87(6):24-29.
2. Issa H, Sun T, Vasarhelyi MA. Research Ideas for Artificial Intelligence in Auditing: The Formalization of Audit and Workforce Supplementation. J Emerg Technol Account. 2018;13(2):1-20.
3. Kokina J, Davenport TH. The Emergence of Artificial Intelligence: How Automation is Changing Auditing. J Emerg Technol Account. 2017;14(1):115-122.
4. Munoko I, Brown-Liburd HL, Vasarhelyi M. The Ethical Implications of Using Artificial Intelligence in Auditing. J Bus Ethics. 2020;167(2):209-234.
5. Appelbaum D, Kogan A, Vasarhelyi MA. Big Data and Analytics in the Modern Audit Engagement: Research Needs. Auditing: A J Pract Theory. 2017;36(4):1-27.
6. Moffitt KC, Rozario AM, Vasarhelyi MA. Robotic Process Automation for Auditing. J Emerg Technol Account. 2018;15(1):1-10.
7. Cao M, Chychyla R, Stewart T. Big Data Analytics in Financial Statement Audits. Account Horiz. 2015;29(2):423-429.
8. Yoon K, Hoogduin L, Zhang L. Big Data as Complementary Audit Evidence. Account Horiz. 2018;29(2):431-438.
9. Earley CE. Data analytics in auditing: Opportunities and challenges. Bus Horiz. 2019;58(5):493-500.



10. Sutton SG, Holt M, Arnold V. "The reports of my death are greatly exaggerated"—Artificial intelligence research in accounting. *Int J Account Inf Syst.* 2016; 22(1):60-73.
11. Vasarhelyi MA, Kogan A, Tuttle BM. Big Data in Accounting: An Overview. *Account Horiz.* 2020;29(2):381-396.
12. Alles MG. Drivers of the Use and Facilitators and Obstacles of the Evolution of Big Data by the Audit Profession. *Account Horiz.* 2015;29(2):439-449.
13. Davenport TH, Harris JG. *Competing on analytics: The new science of winning.* Harvard Business Press; 2007.
14. Jans M, Alles M, Vasarhelyi M. The case for process mining in auditing: Sources of value added and areas of application. *Int J Account Inf Syst.* 2019;14(1):1-20.
15. Richins G, Stapleton A, Stratopoulos TC, Wong C. Big Data Analytics: Opportunity or Threat for the Accounting Profession? *J Inf Syst.* 2017;31(3):63-79.
16. Brown-Liburd H, Issa H, Lombardi D. Behavioral implications of Big Data's impact on audit judgment and decision making and future research directions. *Account Horiz.* 2018;29(2):451-468.
17. Gepp A, Linnenluecke MK, O'Neill TJ, Smith T. Big data techniques in auditing research and practice: Current trends and future opportunities. *J Account Lit.* 2018;40(2):102-115.
18. Omoteso K. The application of artificial intelligence in auditing: Looking back to the future. *Expert Syst Appl.* 2012;39(9):8490-8495.
19. Rezaee Z, Wang J. Relevance of big data to forensic accounting practice and education. *Manag Aud J.* 2019;34(3):268-288.
20. Salijeni G, Samsonova-Taddei A, Turley S. Big Data and changes in audit technology: contemplating a research agenda. *Account Bus Res.* 2020;49(1):95-119.
21. Grau Ruiz MA. La utilización de la inteligencia artificial en la función de control. *Rev Esp Control Externo.* 2023; (74-75):72-91.
22. Morán Vilcherrez M. El enfoque de la auditoría en el entorno de la era digital y la inteligencia artificial. *La Junta. Rev Innov Investig Contab.* 2020; 3(2):15-28.
23. Erazo-Castillo J, De la A-Muñoz S. Auditoría del futuro, la prospectiva y la inteligencia artificial para anticipar riesgos en las organizaciones. *Rev Digital Novasinergia.* 2023; 6(1):105-119. Disponible en: <https://doi.org/10.37135/ns.01.11.07>
24. Grau Ruiz MA. La utilización de la inteligencia artificial en la función de control [Internet]. Universidad Complutense de Madrid. 2022 [Fecha de acceso: 2024 Mar 27]. Disponible en: <https://www.ucm.es/proyecto-audit-s/>
25. Morán Vilcherrez M. El enfoque de la auditoría en el entorno de la era digital y la inteligencia artificial [Internet]. La Junta. Revista de innovación e investigación contable. 2019 [Fecha de acceso: 2024 Mar 27]. Disponible en: <https://www.lajunta.org/revista/el-enfoque-de-la-auditoria-en-el-entorno-de-la-era-digital-y-la-inteligencia-artificial/>





Revista Multidisciplinaria Ecuacientífica

ISSN: 3091 -1796

Frecuencia de publicación bianual

mayo – octubre | noviembre - abril

Ecuador

Código Postal 060102

 **Contacto +593 97 911 9620**

 **publicaciones@ecuacientifica.com**