

REVISTA **Contact**

ISSN L 2710-7620

Ciencias Sociales, Humanidades, Derecho y Ciencias Políticas



Panamá, enero - abril 2023

Vol. 2, No. 3



Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado

Incluida en los índices



La foto de portada de este número 3, se trata de un niño de la tribu Himba de Namibia, en el Sudoeste africano, de la autoría de Francisco Guerrero captada durante la campaña científica a Namibia por un equipo de investigación interinstitucional europeo y africano.

Recibe las notificaciones de nuevos números, actividades e infografías, en nuestro canal de Telegram. Clickea en el enlace de abajo.



<https://t.me/revistacontactopanama>

República de Panamá, Ciudad de Panamá, Ciudad Universitaria Octavio Méndez Pereira

Síguenos en redes sociales



@contacto_507

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Dr. Eduardo Flores Castro

Rector

Dr. José Emilio Moreno

Vicerrector Académico

Mgter. Arnold Muñoz

Vicerrector Administrativo

Dr. Jaime Javier Gutiérrez

Vicerrector de Investigación y Postgrado

Mgter. Mayanín Rodríguez

Vicerrectora de Asuntos Estudiantiles

Mgter. Ricardo Him Chi

Vicerrector de Extensión

Mgter. Ricardo A. Parker D.

Secretario General

Mgter. José Luis Solís

**Director General de Centros Regionales Universitarios, Extensiones
Universitarias y Anexos**

CONSEJO EDITORIAL

Editor

Maestrando Aaron Samuel Bracho Mosquera
Universidad de Panamá, Instituto de Estudios Nacionales, Panamá
aaron.bracho@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0002-6311-4414>

Coeditores / Co-editors

Doctor Carlos Mayo Torné
Fundación El Caño, Panamá
carlosmayo@fundacionelcano.org
<https://orcid.org/0000-0002-0243-8298>

Maestranda Rita Liss Ramos Pérez
Universidad de Panamá, Instituto de Estudios Nacionales, Panamá
rita.ramos@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0003-0635-876X>

Doctorando Abner Al Berda
Universidad de Panamá, Coiba AIP, Facultad de Humanidades, Departamento de Historia, Panamá
abner.alberda@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0003-2500-0499>

Maestrando Carlos Mico
Universidad de Valencia, España
carsuvi@hotmail.com
Maestranda Ida Graciela Gálvez
Universidad de Panamá, Instituto de Estudios Nacionales, Panamá
ida.galvez@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0002-0335-7107>

Doctorando René Isaac Bracho Rivera
Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de San Miguelito, Facultad de Economía, Panamá
rene.bracho@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0002-3247-2075>

Doctoranda Eva Lisary González Pinilla
Universidad de Panamá, Facultad de Humanidades, Departamento de Historia
evalisary@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1437-106X>

Doctoranda María Andrea Rojas
Universidad del Valle de Guatemala, Guatemala
andrearojas3088@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9381-0189>

Maestrando Carlos Jair Agraje Hernández
Universidad de Panamá, Facultad de Derecho, Panamá
carlos_agraje01@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3860-7118>

Doctoranda Catherine Muñoz Arango
Universidad de Panamá – Facultad de Humanidades - Departamento de Historia, Panamá
catherine.munoz@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0001-5293-6589>

Magister Rafael Romero Carazas
Universidad Peruana Unión, Perú
rafael.romero@upeu.edu.pe
<https://orcid.org/0000-0001-8909-7782>

Magister Aaron Azael Pérez Smith
Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas
aaron.perez@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0003-4600-5555>

Mercadeo y divulgación / Marketing and dissemination

Maestrando Ismael Javier González
Universidad de Panamá, Facultad de Derecho, Panamá
ismael-j.gonzalezf@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0003-2795-2899>

Licenciado Edgar Iván Cedeño
Bethancourt
Universidad de Panamá, Facultad de
Derecho y Ciencias Políticas, Panamá
edgar.cedeno-b@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0001-6780-5442>

Licenciada Ivett González
Universidad de Panamá, Facultad de
Derecho y Ciencias Políticas, Panamá
ivett.gonzalez@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0001-6817-0231>

Licenciado Juan Gabriel Castillo Fassano
Universidad de Panamá, Facultad de
Humanidades Departamento de Historia,
Panamá
juangabrielc@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0365-7388>

**CONSEJO CIENTÍFICO NACIONAL
/ NATIONAL SCIENTIFIC COUNCIL**

Dr. Guillermo Castro – Ciudad del Saber,
Panamá
Dra. Mirta Linero – Patronato de Panamá
Viejo

Dr. Jorge Roquebert – Universidad de
Panamá, Panamá
Dr. Paul Antonio Córdoba – APLAFA-
Universidad de Panamá, Panamá
Magister Gustavo José Leal Cuervo –
Universidad de Panamá, Panamá
Doctorando Richard Morales –
Universidad de Panamá, Panamá

**CONSEJO CIENTÍFICO
INTERNACIONAL /
INTERNATIONAL SCIENTIFIC
COUNCIL**

Dr. Carlos N. Bousa Herrera –
Universidad de La Habana (UH), Cuba
Dra. Juana Elvira Suárez Conejero –
Universidad Nacional Autónoma de
México (UNAM), México
Dra. Nidia Sosa Delgado – Universidad
Nacional Autónoma de México (UNAM),
México
Dr. Luis Bonilla – Universidad Central de
Venezuela (UCV), Venezuela
Doctoranda Ángela Fernández Cañas-
Baliña - Universidad de Cádiz, Facultad de
Filosofía y Letras, España
Doctoranda Masha Kozhevnikova -
Universidad de Cádiz, Facultad de
Filosofía y Letras, España

ÍNDICE

Editorial

Rita Liss Ramos Perez y Aaron Samuel Bracho Mosquera

vii-viii

ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

Aproximación a la etnobotánica himba: usos tradicionales de las plantas del Kaokoland por un grupo ganadero del Sudoeste africano

Carlos Micó Tonda

1-10

Planeamiento Tributario como herramienta de prevención de Contingencias Tributarias en el Contexto de Covid-19

Cintia Daysi Alata Alata, Emily Angie Coila Coila, Augusto Melanio Zapana Huanca y Karen Yosio Mamani Monrroy

11-25

Factores que determinan la evasión tributaria en comerciantes de equipos informáticos de la ciudad de Juliaca, 2018 y 2021

Dina Luz Challa Salhua y Milagros Mamani Chambilla

26-41

Empresas Fintech como fuente de financiamiento para las micro y pequeña empresa del rubro textil en Lima Metropolitana

Rafael Romero-Carazas, Roxana Quinta Solier, Alexander David De La Cruz Vargas y Nancy Rosillo Suárez

42-59

El Networking y su aplicación a las Relaciones Públicas

Emmanuel Alemán Ariza

60-76

RESEÑA DE LIBRO

Reseña de Libro: Pre-Columbian Art from Central America and Colombia at Dumbarton Oaks & Pre-Columbian Central America, Colombia, and Ecuador: Toward an Integrated Approach

Carlos Mayo-Torné

77-81

INSTRUCCIONES PARA LOS AUTORES

82-86

Editorial

La Revista Contacto presenta un nuevo número, el mismo constituye la última entrega del volumen 2. Con este número la revista cumple la publicación ininterrumpida de 6 números de los dos primeros volúmenes. La recepción de la revista en el teatro académico internacional ha sido formidable. El compromiso y dedicación en la preparación de cada número ha sido fundamental, no obstante, la función y aportes de toda nuestra red internacional y nacional de pares expertos ha sido la clave para gestionar cada trabajo con la calidad académica indispensable para abrir nuevos espacios en índices regionales y nacionales.

En este bregar, hemos disfrutado de un proceso de gestión y edición de la Revista Contacto, como un mecanismo de divulgación de las ciencias sociales, políticas y jurídicas, así como de las humanidades. Hemos enfrentado difíciles pruebas en el marco del trabajo editorial, detección de malas prácticas de autores tales como: Declarar inéditos trabajos ya publicados en otras revistas, presentar el mismo artículo en varias revistas para ver en cual es publicado primero, o no seguir las instrucciones para presentar trabajos en Revista Contacto. Pese, a ser un esfuerzo independiente, y no poseer una logística mínima hemos hecho frente a estos desafíos, apostando al uso eficiente de las TIC's y un vigoroso trabajo colaborativo y desinteresado de los miembros de nuestro Equipo Editorial hemos avanzado en buena línea.

En el marco de la publicación de este nuevo número y los siguientes hacemos un llamado a seguir las practicas éticas establecidas por la comunidad científica en torno a las publicaciones, entendiendo siempre que la buena praxis permite mejor calidad y resultados positivos tanto para los investigadores como para las revistas tanto en Panamá como a nivel internacional.

En todo este proceso, la Revista Contacto ha logrado su indexación. Ha sido incorporada en diferentes índices regionales: LatinRev, OAJI, Latino, InudiIndex, Directory Research Journal Index, Citefactor, Googles Scholar, ROAD, Amelica y base de datos y repositorios nacionales: Panindex, Repositorio UP y Repositorio Priscila de la Secretaria Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SENACYT).

En este número se presentan trabajos de España, Perú y Panamá. El primer trabajo de Carlos Mico presenta los usos y el desarrollo de la etnobotánica himba en el sudeste africano, aportando así desde estas experiencias etnográficas a la producción de un campo. La foto de portada de este número 3, se trata de un niño de la tribu Himba de Namibia, en el Sudoeste africano, de la autoría de Francisco Guerrero captada durante la campaña científica a Namibia por un equipo de investigación interinstitucional europeo y africano.



En el segundo artículo las autoras Cintia Daysi Alata Alata, Emily Angie Coila Coila, Augusto Melanio Zapana Huanca y Karen Yosio Mamani Monrroy presentan un aporte importante desde el planeamiento tributario como herramienta necesaria en la prevención de contingencias tributarias en contexto de la pandemia.

El tercer artículo de Dina Luz Challa Salhua y Milagros Mamani Chambilla presenta cuales son los factores que determinan la evasión tributaria en el comercio de equipos informáticos, mientras que en el cuarto artículo Rafael Romero-Carazas, Roxana Quinta Solier, Alexander David De La Cruz Vargas y Nancy Rosillo Suárez presentan como las empresas Fintech son fuente de financiamiento para la micro y pequeña empresa dentro del campo textil. Emmanuel Alemán Ariza docente e investigador de la Universidad de Panamá, desarrolla el networking y como este es aplicado a las relaciones públicas. Por último, Carlos Mayo-Torné presenta una reseña de libro: Pre-Columbian Art from Central America and Colombia at Dumbarton Oaks & Pre-Columbian Central America, Colombia, and Ecuador: Toward an Integrated Approach como un importante aporte al campo arqueológico de la región.

Rita Liss Ramos Perez y Aaron Samuel Bracho Mosquera

23 de enero de 2023.

València, España



Aproximación a la etnobotánica himba: usos tradicionales de las plantas del Kaokoland por un grupo ganadero del Sudoeste africano

Approach to himba ethnobotany: traditional uses of Kaokoland plants by a cattle people from Southwest Africa

Carlos Micó Tonda

Univesitat de València, Departamento de Prehistoria, Arqueología e Historia Antigua, España
carsuvi@hotmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-2898-8578>

Recibido: 25/04/2022

Aceptado: 30/11/2022

RESUMEN

En el presente artículo presentamos los resultados obtenidos durante una breve convivencia con el pueblo himba en agosto de 2017 en el poblado de Katutura, en el norte de Namibia. Los miembros de este pueblo ganadero del suroeste africano, habitan un territorio conocido como Kaokoland que se extiende por los actuales estados de Namibia y Angola. Los himba son quizás, junto a los célebres maasai de Kenya y Tanzania, el pueblo indígena africano que más y mejor se adapta al contacto con el turismo y la globalización. Están habituados a recibir la visita de turistas en su territorio e incluso es frecuente verles visitar supermercados en las ciudades para obtener productos manufacturados. Sin embargo, ello no les impide conservar la mayoría de los aspectos tradicionales de su cultura ganadera tales como su indumentaria, la arquitectura vernácula, el mundo espiritual o el tema que nos ocupa: la etnobotánica. Pese a vivir en un territorio árido, los himba utilizan las especies vegetales de su entorno para los más diversos usos: desde rituales y cosméticos hasta constructivos y por su puesto, medicinales. Es por ello que hemos seleccionado tres de las especies más empleadas y hemos descrito sus usos siguiendo esta clasificación según los usos que los Himba hacen de ellos. Cabe destacar que, pese a tener acceso a medicamentos, cosméticos y materiales de construcción modernos, un elevado número de himbas todavía prefieren recurrir a los elementos botánicos tradicionales que el Kokoland les proporciona. Para la preparación del viaje a Namibia, la realización del mismo y la elaboración del presente trabajo, tomamos como referencia el libro del catedrático de antropología de la universidad de Salamanca, Don Francisco Giner Abati. Su volumen, *Los Himba. Etnografía de una cultura ganadera de Angola y Namibia* es probablemente el trabajo más exhaustivo sobre este pueblo escrito en español.

Palabras clave: etnobotánica, himba, Namibia, Kaokoland, Mopane, Comnyphoora, Terminalia

ABSTRACT

In this article we present the results obtained during a brief coexistence with the Himba people in August 2017 in the village of Katutura, in northern Namibia. The members of this cattle people from Southwest Africa inhabit a territory known as Kaokoland that extends through the current states of Namibia and Angola. The Himba are perhaps, along with the famous Maasai of Kenya and Tanzania, the African indigenous people that best and most adapt to contact with tourism and globalization. They are used to receiving visits from tourists in their territory and it is even common to see them visiting supermarkets in the cities to obtain manufactured products. However, this does not prevent them from preserving most of the traditional aspects of their cattle culture, such as their clothing, vernacular architecture, the spiritual world or the topic at hand: ethnobotany. Despite living in an arid territory, the Himba use the plant species in their environment for the most diverse uses: from rituals and cosmetics to constructive and, of course, medicinal. That is why we have selected three of the most used species and have described their uses following this classification according to the uses that the Himba make of them. It should be noted that, despite having access to modern medicines, cosmetics and construction materials, a large number of Himbas still prefer to resort to the traditional botanical elements that the Kokoland provides them. For the preparation of the trip to Namibia, the realization of the same and the elaboration of the present work, we took as reference the book of the professor of anthropology of the University of Salamanca, Don Francisco Giner Abati. His volume, *The Himba. Ethnography of a cattle culture in Angola and Namibia* is probably the most exhaustive work on this people written in Spanish.

Keywords: ethnobotany, himba, Namibia, Kaokoland, Mopane, Comnyphoora, Terminalia

Introducción

Los himba forman parte del grupo de los herero y estos a su vez, se agrupan dentro de los pueblos bantúes occidentales (Abati, 1998, pág. 37). Los pueblos que forman parte de dicho grupo, comparten un modo de vida basado en la ganadería y una lengua común: la herero. Se cree que llegaron a la cuenca del río Kunene, en el norte de Namibia y sur de Angola, en torno a mediados del siglo XVI procedentes de África oriental. En Namibia, la zona de nuestro trabajo, los ovahimba, como ellos se autodenominan, ocupan un área de unos 50.000 km² conocida como Kaokoland. Dicho territorio se encuentra al noroeste del país, limitando al norte con el Kunene, que constituye la frontera natural con Angola. La población Himba del Kaokoland se estima entre 5000 y 7000 personas aproximadamente.

La escasa pluviosidad de la región dificulta la agricultura y limita enormemente la ganadería, lo que explica la vida transhumante y seminómada de este pueblo (Abati,

1998, pág. 37). El ganado más abundante e importante desde el punto de vista económico y también simbólico, es el vacuno de raza ankole-watusi (*Bos taurus*), caracterizada por sus largas cornamentas y su resistencia al calor y la escasez de pasto. Este ganado recibe el nombre de *odongombe*, quizás la palabra más importante en lengua himba. Muchos miembros de la tribu, incluso lo incluyen en su propio nombre. Complementa la cabaña el ganado ovino (*ondo*) y caprino (*ongombo*) que en ningún caso gozan de la especial consideración de las vacas (Abati, 1998, pág. 116).

Durante la estación seca que se extiende de mayo a octubre, una vez agotados los pastos cercanos al poblado, los pastores trasladan los rebaños a espacios especialmente destinados a la transhumancia que cuentan con escasos charcos perennes llamados *omatata* (Abati, 1998, pág. 113). Estos lugares resultan ciertamente peligrosos ya que actúan como imanes para la fauna salvaje, incluidos carnívoros como leones leopardos o hienas. Ante la peligrosidad de estos puntos de agua, los himba suelen resolver el problema de abreviar los rebaños acudiendo a los lechos arenosos de los ríos que, aunque secos en su superficie, conservan agua a poca profundidad. Para llegar a ella, los pastores cavan agujeros por donde el agua se filtra rápidamente, permitiendo al ganado llegar hasta ella. Cada poblado posee dentro de su territorio, una reserva particular de estos espacios.

Cuanto mayor sea el número de cabezas que componga el rebaño vacuno de un himba, mayor será su riqueza y su estatus social. Sin embargo, dicha riqueza no suele estar concentrada en un único punto. Así, un propietario suele tener a los animales de su propiedad diseminados por distintos poblados donde son cuidados por familiares de confianza (hermanos menores, sobrinos o hijos). De esta manera, se evita que todo su patrimonio esté concentrado en una única zona, haciendo que los daños provocados por epidemias, sequías o robos sean menos lesivos. Tanto hombres como mujeres pueden ser propietarios de ganado. (Abati, 1998, pág. 117)

Marco ecológico. Especies vegetales

Desde el punto de vista botánico, el Kaokoland presenta cinco áreas más o menos bien diferenciadas, cada una de las cuales con una vegetación característica. A continuación, pasamos a describir estas cinco áreas descritas por (J. S. Malan, 1974). Las más importantes para el ganado himba son la sabana arbolada en valles y la zona arbustiva en suelos calcáreos.

Zona de arbolado junto al río Kunene:

El Kunene es el único aporte de agua permanente del Kaokoland. En sus riberas, abundan los árboles. Durante la estación húmeda, que se extiende de noviembre a abril, los pastores himba acuden a esta zona para aprovechar los pastos frescos que crecen en los márgenes del río.

Sabana montañosa:

En esta zona se encuentran árboles de un porte relativamente grande. Destacan *Sterculia africana*, *S. quinqueloba*, *Kirkia acuminata*, *Sclerocarya birrea*, *Colophospermum mopane*, *Elephantorrhiza suffruticosa* y *Acacia reficiens*. Los arbustos están representados por *Rhigozum brevispinosum*, *R. virgatum* y *Croton subgratissimus*. Durante el invierno los himba acuden con los rebaños para que las reses se alimenten de la capa de pasto seco que aquí crece (Abati, 1998, pág. 34).

Tierras arenosas orientales:

Cubiertas de hierbas perennes que no son aprovechadas como pasto, tales como *Aristida meridionalis*, *Stipagrostis uniplumis* y *Schmidia pappophoroides*. Los árboles no son abundantes. Los más comunes son *Peltophorum africanum*, *Lonchocarpus nelsii* y *Acacia reficiens*. (Abati, 1998, pág. 34)

Sabana arbolada en valles:

Esta es la zona más importante para los himba. La sobreexplotación de los pastos provoca que durante la mayor parte del año no se encuentren hierbas perennes. Estas vuelven a aparecer pasada la estación lluviosa que se extiende, recordemos, de noviembre a abril. Es un terreno en el que el invierno austral se hace especialmente duro, llegando a producir heladas. El paisaje vegetal está dominado por las acacias como *A. hebeclada*, *A. tortilis*, *A. mellifera*, *A. arenaria* y *A. karroo*. En las zonas próximas al agua, crecen higueras salvajes *Ficus sycomorus* y *F. cordata*. (Abati, 1998, pág. 34)

Zona arbustiva en suelos calcáreos:

Este terreno complementa a la sabana arbolada en valles al proporcionar abundante forraje durante la estación seca, cuando esta es menos productiva. Destacan el género *Petalidium* y *Leucosphaera bainesii*. (Abati, 1998, pág. 35).

Los himba y las plantas

A pesar de su escasa pluviosidad, el Kaokoland cuenta con una notable diversidad botánica concentrada en torno al río Kunene. Destacan algunas especies de uso medicinal entre los himba como *Cassia itálica ssp. arachoides* y *Veronia obionifolia*. En el caso de la *Cassia*, su raíz es utilizada para elaborar infusiones que alivien los dolores de estómago (Abati, 1998, pág. 173). El *Veronia* por su parte, es un arbusto del que se parten los tallos y las hojas formando matojos que se arrojan al fuego. Los himbas consideran al humo producido por el *Veronia* como la panacea para tratar las más diversas dolencias (Abati, 1998, pág. 175). Destacar también la Acacia albida (*Faidherbia albida*) cuyas nutritivas vainas son muy apreciadas, tanto por las reses himba como por los herbívoros salvajes. Su madera también es empleada como material de construcción y sus ramas espinosas, son frecuentemente empleadas para construir cercados que protejan al ganado de los depredadores no solo por los himba, sino por la gran mayoría de comunidades ganaderas

africanas con acceso a esta especie. El árbol tiene valor medicinal para el tratamiento de infecciones del aparato respiratorio y digestivo, malaria y fiebres. La corteza se emplea en el tratamiento del dolor de muelas y en la higiene bucodental. El extracto de las hojas también se utiliza para tratar infecciones oculares en el ganado.

Aunque de manera marginal, la agricultura también está presente en la cultura himba. Esta actividad está restringida a aquellos poblados próximos a manantiales permanentes que aseguren la irrigación de los cultivos. Las especies cultivadas en estos pequeños y escasos huertos son el calabacín, el maíz, el sorgo, el mijo, la calabaza, guisantes, tabaco, sandía y melón. (Abati, 1998, pág. 129)

A pesar, de la diversidad botánica que rodea a los himba, tres especies destacan por su especial relevancia en su cultura ya sea por su valor medicinal, constructivo, ritual e incluso cosmético. Es por ello que han sido las escogidas para la realización del presente trabajo. Dicha tríada está compuesta por los árboles Mopane(*Colophospermum mopane*) y Terminalia(*Terminalia prunoides*) y el arbusto conocido como Mirra namibia(*Commiphora wildii*). A continuación, pasamos a describir en detalle cada especie y los diferentes usos que los himbas hacen de ellas.

Mopane (*Colophospermum mopane*):

El mopane es la especie arbórea dominante en el Kaokoland debido a su resistencia a los suelos pobres y a la escasa pluviosidad. Dada su abundancia, no es de extrañar que sea la especie vegetal más importante para el pueblo Himba. Sus usos son numerosos y variados (Bainbridge, 2012). A continuación, pasamos a tratar cada uno de ellos en detalle.

Usos rituales:

La madera de mopane constituye el principal combustible del fuego sagrado *okoruwo* mediante el cual, los himba se comunican con sus ancestros. El *okoruwo* se enciende de manera ritual frotando unos trozos de madera de mopane conocidos como *ozondume*. Los *ozondume* son sagrados y propiedad exclusiva del jefe del poblado (Malan, 1995) Para iniciar la oración en torno al fuego sagrado, los himba frotan sobre su frente corteza y hojas machacadas de mopane mientras invocan a sus antepasados, quienes llevarán sus consultas o peticiones hasta Mukuru, el ser supremo de los himba (Abati, 1998, pág. 133).

En las raras ocasiones en que una vaca es sacrificada, el mopane también juega un papel fundamental en dicho proceso. En primer lugar, el hombre encargado de sacrificar al animal, volverá a frotar sobre su frente hojas y corteza de mopane para entrar en comunión con los ancestros. A continuación, cortará un mopane con el que se encenderá la hoguera donde se cocinará la carne usando las hojas del árbol para aderezarla. Finalmente, el excedente de carne será secada y almacenada en el tronco de un mopane hueco (Bainbridge, 2012).

Otro uso ritual, tiene que ver con la estética. Los himba jóvenes portan un grueso collar tallado con mopane envuelto con cables eléctricos y cubierto de arcilla. Cuando los padres mueren, este collar ritual es desechado (Bainbridge, 2012).

Las tumbas himba se construyen siempre a la sombra de un mopane retirado del poblado siendo el árbol, la base del monumento funerario. En él se colgarán cráneos de las vacas que poseía el difundo en vida, en un número que dependerá de su estatus social. El cuerpo se cubre con rocas para evitar que un nuevo árbol crezca sobre él (Bainbridge, 2012).

Usos medicinales:

Machacando las hojas en un molino de piedra, los himba preparan una infusión cuyo uso principal es el de ayudar a la mujer que acaba de dar a luz a reponerse del parto. De manera similar, elaboran un ungüento que aplican sobre el ombligo del recién nacido para acelerar su cicatrización. Así mismo, los carbones se usan para cerrar las heridas abiertas, y las fibras de mopane masticadas se emplean para detener hemorragias, tratar mordeduras de serpiente o curar la herida producida por la circuncisión a la que se someten los jóvenes varones durante el rito de paso a la edad adulta (Bainbridge, 2012).

Las hojas sin procesar también son empleadas como analgésico y a modo de gasas para limpiar la sangre de las heridas abiertas y favorecer su cicatrización (Malan, 1995).

Otra importante aplicación medicinal del mopane tiene lugar durante el rito iniciático que experimentan ambos sexos conocido como oku-kulwa. Dicho ritual consiste en la extracción de los cuatro incisivos inferiores junto al fuego sagrado okuruwo. La extracción se realiza aplicando un trozo de madera de mopane junto al diente y golpeándolo hasta que este se desprende. A continuación, se aplican carbones calientes para taponar la herida de la encía al tiempo que se añaden fibras de mopane masticadas para detener la hemorragia.

Material de construcción:

Todas las construcciones himba, desde la casa (onjuo) hasta el poblado (onganda), pasando por el corral del ganado (oyunda), hasta el propio fuego sagrado (okuruwo) son realizadas con madera de mopane. Su abundancia y dureza la convierten en el principal material de construcción del Kaokoland. Esta predilección hacía el mopane como material constructivo deja patente hasta qué punto este árbol está integrado en la cultura himba. Algo digno de mención si se tiene en cuenta el acceso que los himba tienen a otros materiales potencialmente sustitutorios que la globalización ha introducido en su territorio.

Usos cosméticos:

Las semillas del mopane son ricas en aceites esenciales. (Ministry of Agriculture, Water and Forestry, 2014). Tradicionalmente, los himba no han explotado dichas semillas. Sin embargo, recientemente los himba han empezado a recolectarlas con fines

comerciales. Desde 2007, se han establecido por el Kaokoland pequeñas factorías para procesar las especies vegetales de la región, principalmente para la obtención y comercialización de aceites esenciales naturales. La recogida de las semillas de mopane tienen lugar entre junio y septiembre y los himba perciben N\$2.50/kg. (Ministry of Agriculture, Water and Forestry, 2014)

Terminalia(Terminalia prunoides)

Las Terminalias son un género de árboles tropicales perteneciente a la familia *Combretaceae*. *Terminalia prunoides*, conocido por los himba como omuhama es un árbol caducifolio de pequeño porte que alcanza una altura máxima de 15 metros. El tronco alcanza un diámetro de unos 40 cm. Su rango de distribución cubre buena parte de África austral extendiéndose hasta África oriental. Crece en entornos secos con temperaturas comprendidas entre los 20°C y los 35°C y una pluviosidad de entre 450 y 900 ml anuales. Se encuentra en altitudes máximas de 1400 metros.

Usos rituales:

Cuando una joven tiene su primera menstruación una gran rama de este árbol, preferiblemente con vainas púrpura, es enrollada en el poste maestro del otjiranda, la choza ceremonial destinada al rito de pubertad femenina. Durante la ceremonia, la joven debe permanecer en el otjiranda dónde recibirá la visita de familiares y amigos que le llevarán ofrendas que serán colgadas de las espinas de la rama de terminalia que preside la choza.

Las embarazadas suelen lucir en el vientre una cuerda trenzada con la corteza de terminalia cuyo objetivo es prevenir los abortos.

Cuando un niño o niña enferma, su padre coloca una rama de este árbol sobre la puerta de la casa. Dicha rama forma parte del proceso de sanación mágica conocida como ongaripira.

Usos medicinales:

Las raíces son masticadas para extraer la savia que es empleada para aliviar los dolores estomacales de garganta y resfriados.

Para tratar el estreñimiento, la tos y los resfriados, se prepara una infusión con las raíces. Este remedio es preparado además de por los himba, por sus vecinos damara y san.

La corteza se calienta y se coloca como cataplasma en las lesiones para reducir inflamaciones, así como para aliviar los dolores post parto.

Material de construcción:

La madera de *Terminalia prunoides* es muy dura y resistente a los insectos xilófagos. Se utiliza para hacer mangos de herramientas, postes de cercas y para la

construcción de viviendas más allá de los poblados himba. También constituye un excelente combustible para las hogueras.

Mirra namibia (*Commiphora wildii*)

En la región de Kunene pueden encontrarse 38 arbustos del género *Commiphora*, todos ellos endémicos del suroeste africano y pertenecientes a la familia *Burseraceae*. Todas las especies producen resinas aromáticas que han sido apreciadas y empleadas desde antiguo. Se trata de arbustos de crecimiento lento que medran en laderas rocosas si bien, también pueden encontrarse afloramientos en llanuras. Su rango de distribución se extiende desde el sur de Angola, hasta el extremo oriental de la Costa de los Esqueletos en Namibia. En las áreas poco ventosas, el arbusto tiende a crecer verticalmente de manera natural.

Usos cosméticos:

Commiphora wildii, conocida por los himba como omumbiri y popularmente como mirra namibia, ha sido empleada por las mujeres himba durante generaciones para perfumarse. Las himba tienen prohibido lavarse dada la escasez de agua del Kaokoland. Por ello, basan su higiene personal en el ahumado. Para eliminar el penetrante olor del humo, utilizan la resina de la *commiphora* que constituye el principal componente de un ungüento aromático que las himba utilizan para perfumarse. La resina es mezclada con manteca y ocre para formar una pasta que las mujeres se aplican a diario.

C.wildii es la *commiphora* más empleada por las mujeres himba. El resto de especies, si bien comparten área de distribución y ciertas propiedades con *C. wildii*, parecen no producir resinas del agrado de las himba. Los arbustos producen la resina en respuesta a las altas temperaturas de la estación seca. Es tarea exclusiva de las mujeres adultas del poblado recolectar dicho producto.

Cada arbusto produce un promedio de unos 85 ml de resina. Según (Bonnie Galloway, Wynberg, & Nott, 2016), recolectar un litro de resina, implica una inversión de unas cuatro horas. El método de recolección empleado es no destructivo. Consiste en empezar las incisiones en la base del tronco e ir ascendiendo progresivamente hacia las ramas. Las himba utilizan piedras o grandes trozos de corteza para transportar la resina cosechada hasta el poblado donde será almacenada envuelta en paños en el interior de recipientes específicos, generalmente elaborados con cuernos huecos de vaca o gacela springbok (*Antidorcas marsupialis*). (Indigenous Plant Products in Namibia, 2014, pág. 87).

Usos medicinales:

Durante nuestra estancia en el onganda de Katutura pudimos observar como de manera puntual, la resina recolectada de la *commiphora* era aplicada sobre una herida a modo de antiséptico. Sin embargo, no parece que este uso este extendido entre los himba, o al menos, este no aparece recogido en la bibliografía. Sin embargo, el uso medicinal de

la resina producida por las especies del género *Commiphora*, si están bien documentado en Asia. Así, las resinas de este género han sido ampliamente empleadas en la medicina tradicional china y en el Ayurveda, la medicina tradicional hindú. Las resinas se emplean para el tratamiento de la artritis, la obesidad, infecciones microbianas y enfermedades gastrointestinales. También son empleadas a modo de antiséptico y analgésico. (Shen, Li, Wang, & Lou, 2012).

Como ya hemos mencionado, los himba parecen obviar las propiedades terapéuticas de la *Commiphora wildii* y restringir su aplicación al plano cosmético. Al uso tradicional que le dan las mujeres, desde hace unos años se ha añadido desde 2007 una explotación comercial de este recurso muy similar a la de las semillas de Mopane arriba descrita. (Ministry of Agriculture, Water and Forestry, 2014).

Conclusiones

¿Por qué los himba se aferran a los usos tradicionales de las plantas de su entorno cuando tienen a su alcance alternativas que el turismo y la globalización acercan a sus poblados? Los pueblos indígenas de todo el mundo se encuentran bajo la espada de damocles. Sin embargo, algunos parecen tener un futuro más alagueño que otros. Mientras los cazadores recolectores parecen estar condenados a desaparecer, los pueblos ganaderos como los himba, parecen tener mejores expectativas de futuro. A ello contribuye la riqueza de sus ganados.

El orgullo es otro de los elementos que ningún visitante a los himba a podido obviar. Los himba están orgullosos de serlo. En ocasiones, incluso, pueden resultar altivos.

Teniendo en cuenta estos factores, no debe extrañarnos por tanto el mantenimiento de la etnobotánica himba. En la actualidad, los himba más jóvenes, hablan inglés, están alfabetizados y tienen móviles y televisiones. Pero el orgullo por su cultura, les hace mantener elementos de su modo de vida tradicional.

El conocimiento etnobotánico himba no parece amenazado. De hecho se adapta a la modernidad como otros tantos aspectos del *modus vivendi* himba, tal es el caso de la recolección con fines comerciales de la resina de la *Commiphora*.

Por ello, consideramos que podemos ser razonablemente optimistas respecto a la conservación de la cultura himba y los usos tradicionales de su etnobotánica.

Referencias Bibliográficas

- Abati, F. G. (1998). Los himba: Etnografía de una cultura ganadera de Angola y Namibia. Barcelona: Amaru Ediciones.
- Bainbridge, H. (2012). Indigenous Use of Mopane. Department of Agriculture and Resource Economics.
- Bonnie Galloway, F., Wynberg, R., & Nott, K. (2016). Commercialising a Perfume Plant, *Commiphora wildii*: Livelihood Implications for Indigenous Himba in North-West Namibia. *International Forestry Review*, 429-443.
- Indigenous Plant Products in Namibia. (2014). Windhoek: Venture Publications.
- J. S. Malan, G. L.-S. (1974). *The Ethnobotany of Kaokoland*. Universidad de Indiana: State Museum.

Malan, J. (1995). Peoples of Namibia. Johannesburg: Rhino Publishers.

Ministry of Agriculture, Water and Forestry. (2014). Indigenous plant products in Namibia. Windhoek: Venture Publications.

Plants of the World online . (01 de MARZO de 2020). Obtenido de <http://www.plantsoftheworldonline.org/taxon/urn:lsid:ipni.org:names:171334-1>

ResearchGate. (01 de Marzo de 2020). Obtenido de https://www.researchgate.net/figure/Leaves-of-Colophospermum-mopane_fig1_313398303

Scents of Namibia. (01 de MARZO de 2020). Obtenido de <http://scentsofnamibia.com/commiphora-wildii/>

Shen, T., Li, G.-H., Wang, X.-N., & Lou, H.-X. (2012). The genus Commiphora: A review of its traditional uses, phytochemistry and pharmacology. *Journal of Ethnopharmacology*.

Useful Tropical Plants. (01 de MARZO de 2020). Obtenido de <http://tropical.theferns.info/viewtropical.php?id=Terminalia+prunioides>

Conflicto de interés

El autor de este trabajo declara no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:


https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/aceso_reuso

Planeamiento Tributario como herramienta de prevención de Contingencias Tributarias en el Contexto de Covid-19

Tax planning as a tool for the prevention of tax contingencies in the context of Covid-19


Cintia Daysi Alata Alata

Universidad Peruana Unión, Facultad de Ciencias empresariales, Perú
cintia.alata@upeu.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0002-2415-8107>


Emily Angie Coila Coila

Universidad Peruana Unión, Facultad de Ciencias empresariales, Perú
emely.coila@upeu.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0003-0039-0566>


Agusto Melanio Zapana Huanca

Universidad Peruana Unión, Facultad de Ciencias empresariales, Perú
agusto.zapana@upeu.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0001-7512-2836>

Karen Yosio Mamani Monrroy

Universidad Peruana Unión, Facultad de Ciencias empresariales, Perú
karen.mamani@upeu.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0002-4363-1772>

Recibido: 11/07/2022

Aceptado: 17/10/2022

RESUMEN

La presente investigación denominada Planeamiento Tributario como herramienta de prevención de Contingencias Tributarias en el contexto de la Covid-19, tiene como objetivo identificar la importancia y las características de una planificación fiscal como herramienta frente a cualquier situación problemática en las empresas, la investigación es de tipo básica, nivel exploratorio, de enfoque cualitativo y diseño no experimental. Además, se empleó el instrumento de la entrevista en una muestra de 6 expertos en tributación y 2 videos relacionados al tema de estudio, para la determinación de los resultados se aplicó el software ATLAS. Ti versión 9, los resultados evidencian que carecen de un planeamiento tributario ante una coyuntura sanitaria es por ello que se observó despidos masivos del personal, disminución de ingresos, cierres temporales y definitivos de empresas; en conclusión, se propone elaborar estrategias de planeamiento tributario desde el inicio de las actividades económicas, nuevas políticas empresariales para contrarrestar las contingencias fiscales.

Palabras claves: Planeamiento tributario, Contingencia tributaria Covid-19

ABSTRACT

The present research entitled Tax Planning as Tax Contingencies precaution tool in Coronavirus (COVID-19) context had the main object of identifying the importance and characteristics of tax planning as a tool for facing any problematic situation in companies, this research is a basic type, exploratory level, qualitative approach, and no experimental design. Furthermore, we used expert interviews as an instrument taking a sample of 6 experts in taxes; to determine the results we used the ATLAS. Ti 9 version software, the results evidenced that currently, the companies don't have tax planning for a pandemic situation, for this reason, they had massive staff layoffs, decrease in income and definitive or temporary bankruptcy of companies. So, we propose to elaborate tax planning strategies for economic activities for every company at the start, setting new business laws with the purpose of tax contingencies.

Keywords: Tax planning, tax contingencies, Covid – 19.

Introducción

En el Perú, la actividad económica creció un 2,2% en el año 2019, en línea con la última previsión por el ministerio de Economía y Finanzas (INEI, 2020); sin embargo, en el 2020 el país redujo su crecimiento a una tasa del 12.9%, a causa de la emergencia sanitaria COVID-19 en donde las finanzas se han visto afectadas en gran manera, generando diversos tipos de pérdidas en las empresas comerciales, industriales y de servicios (CEPAL, 2020). Esta realidad coincide con los datos reportados por el Instituto Nacional De Estadística e Informática (INEI), que indica que a raíz de la pandemia el 52.8% de empresas presentaron retraso en el cobro de facturas, provocando el quiebre de las mismas; así también reportó una disminución del 76.9% de la demanda de sus clientes. Por otro lado el 58.9% de las empresas se vieron afectadas por los altos costos en seguridad sanitaria(INEI, 2020). Debido a todo este contexto mencionado en líneas anteriores, el gobierno peruano dispuso diversas medidas tributarias con el fin de mitigar el impacto económico, ocasionando la disminución en los niveles de recaudación y logrando la denominada crisis tributaria en el Perú, frente a la cual los especialistas de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) iniciaron un procedimiento de labores de fiscalización ante posibles evasiones tributarias y ante el incumplimiento de la normativa. (CIAT, 2020).

Durante el año 2020, la COVID-19 ha sorprendido a la actividad empresarial; puesto que la mayoría de estas no contaba con un plan de contingencia ante un acontecimiento pandémico (Gestion, 2021). Esta situación de manera inmediata ha ocasionado panoramas como: cierre de establecimientos temporales y definitivos, despidos masivos del personal, disminución de ingresos que generó crisis económica puesto que las entidades no contaban con un plan preliminar. Pará contrarrestar esta problemática o una futura situación similar, es importante que las empresas cuenten con un plan preventivo desde el inicio de sus actividades en todas sus áreas de trabajo; entre ellas un plan financiero, plan económico, plan administrativo y un plan tributario que les permita sostenerse frente a una futura contingencia. (El Pais, 2020).

En cuanto al aspecto tributario, que es análisis del presente trabajo de investigación; la COVID-19 ocasionó un retroceso tributario, esta situación contrajo panoramas como:

incumplimiento de las declaraciones sustanciales y formales, infracciones y sanciones administrativas tipificadas en el código tributario; además, cambio en las tasas de depreciación según ley N° 31107, prórroga de las declaraciones mediante la resolución de superintendencia N° 000016-2021/SUNAT, plazos de incorporación de contribuyentes al sistema de facturación electrónica según resolución 221-2020-SUNAT (27/12/2020), modificación del plazo de arrastre de pérdidas conforme decreto legislativo N°1481; así como, irregularidades en la emisión de los comprobantes con pagos erróneos según (SUNAT, 2012). Por ello, resulta indispensable que las entidades del sector de servicio, para reducir las irregularidades tributarias, deberán de aplicar el planeamiento tributario considerando el correcto uso de las normas vigentes y así estar preparados para una situación similar Muñoz et al., (2020).

De la literatura evaluada observamos el impacto de la COVID-19 en los aspectos económicos, políticos y sociales, en la cual nadie esperaba una crisis severa provocada por el virus, los trabajos de investigación muestran, que la pandemia tuvo impacto significativo en todos los sectores empresariales suscitando una crisis a nivel mundial, según Ruochen et al., (2021); observaron que las entidades no cuentan con un planeamiento tributario ni con personales capacitados, ocasionando déficit en la utilidad del ente o algún tipo de sanción tributaria, según autores Quispe et al., (2021).

Evaluando la situación empresarial a nivel internacional, Ruochen et al., (2021); Buscher et al., (2021); Muñoz et al., (2020), los autores mencionan que el COVID-19 tuvo un efecto negativo en el desarrollo de la economía, en China y México afectó de manera directa a pequeñas y medianas empresas, ocasionando cierres temporales y el 25% realizaron cierres definitivos, el sector de servicios residenciales fueron los más afectados debido a la contracción de la demanda, como objetivo, las políticas incluidas fueron de mayor importancia, como la seguridad social y el aplazamiento de impuestos fueron de apoyo para las MYPES, en conclusión el impacto de la pandemia requiere nuevas políticas de planeamiento en los negocios desarrollando nuevas estrategias y paradigmas de prevención para afrontar días venideros de post COVID-19.

Se observa en Australia una recesión económica a causa del COVID 19 a pesar de tener una política fiscal eficaz, comparando la recesión económica del año 1991, Higginson et al., (2020). Con el fin de tener en cuenta los efectos del cambio político en la salud y la economía, así como el desarrollo de la económica preventiva. Proponen aplicar un plan como solución económica a futuras epidemias para reducir las repercusiones que van desde temporales a duraderas.

Brasil es una de las naciones que tienen gran número de empresas en donde se da mayor recaudación tributaria por consiguiente tiene una reforma fiscal extensa y compleja la cual ocasiona desconocimiento tributario a los contribuyentes generando evasión fiscal, y como objetivo es disminuir los impuestos dentro de lo permitido por la ley, sin embargo, Proponen implementar una planificación fiscal que identifique las teorías del acuerdo comercial entre el proveedor y la empresa salinera, Chagas et al., (2019).

En cuanto al aspecto fiscal, Quispe et al., (2021); (Effio & Chapoñan, 2019); (Aguire et al., 2019) Aguirre et al., (2019) Marin et al., (2019); (Khaoula & Moez, 2019), mencionan que la ausencia de un planeamiento tributario se da de forma constante ya que según los autores

las empresas no realizan un procedimiento de planificación fiscal, debido a que el personal administrativo carece de conocimiento y actualización de las normas tributarias, como objetivo se determinó llevar a cabo capacitaciones de las constantes actualizaciones de las normas tributarias vigentes, con el fin de obtener mayor rentabilidad a corto y largo plazo. Por ende, propusieron implementar el plan preventivo para evitar contingencias fiscales y poseer un adecuado control de las declaraciones formales y sustanciales, pagos y multas de impuestos tributarios innecesarias, evitando así errores que conducen al quiebre de la empresa.

Vega et al., (2020) sugieren tomar en cuenta la correcta aplicación de las normas contables ante las obligaciones tributarias, sin embargo, en el presente año muchas de las entidades carecen de planificación tributaria eficiente y eficaz; por ello se muestra contingencias tributarias dentro de la empresa ocasionando pérdidas financieras. El estudio tiene como objetivo que las empresas apliquen el planeamiento tributario desde el inicio de sus actividades comerciales para no tener problemas fiscales a largo plazo.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020) como responsable de promover el desarrollo económico y social, las transacciones financieras ilegales y los altos niveles de evasión fiscal son los principales problemas, debido a los grandes cambios tributarios, con el objetivo de diseñar un enfoque metodológico que permitió una mejor toma de decisiones basada en la aplicación de la planificación fiscal, según Encalada et al., (2020) proponen realizar una mejoría de los flujos de caja de la empresa a través de la planificación tributaria que beneficia al contribuyente.

Según (Villasmil, 2017) menciona que uno de los problemas de las empresas es la incertidumbre de las nuevas modificaciones en las normas contables ya que están constantes modificaciones inciden en el planeamiento tributario, esto conlleva a realizar la planificación tributaria como conjunto de herramientas para desarrollar su actividad económicas a fin de conseguir el mayor retorno de su inversión con el menor costo tributario posible, de modo que recomiendan al momento de emprender con toda actividad económica u otras decisiones personales, hay que considerar las consecuencias fiscales para elegir la alternativa correcta.

La investigación justifica su desarrollo porque de los antecedentes analizados y citados no se hallaron un plan de contingencia en el contexto de la pandemia orientados de forma cualitativa, por ende se aplicó el diseño fenomenológico realizando el análisis y la interpretación a través de la experiencia de especialistas en el área tributario, al establecer los factores que causan contingencias tributarias lo cual permite a las empresas a poder desarrollar opciones de soluciones y tomar medidas preventivas para la determinación de los impuestos lo cual les permitirá reducir el impacto del riesgo tributario a través de multas y sanciones.

Por tanto, el objetivo de la investigación es identificar la importancia y las características de una planificación fiscal como herramienta frente a cualquier situación problemática en las empresas.

Materiales y Métodos (Metodología)

Participantes

Los participantes fueron conformados por siete especialistas en tributación. El muestreo será no probabilístico estratificado pues esta se refiere a la selección de los participantes de un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación (Escudero & Cortez , 2018)

Criterios de Inclusión y Exclusión

Con respecto al criterio de inclusión los Especialistas en tributación deben ser conocedores del tema de la investigación con 10 años de experiencia con grados académicos como: magister y colegiado. Por otro lado, en los criterios de exclusión es todo lo contrario a lo mencionado anteriormente.

Materiales e insumos

Entrevista

Con respecto a la recolección de datos para las variables: planeamiento y contingencias tributarias se empleó la entrevista, la cual cuenta con una serie de 4 preguntas generales a cada entrevistado y con 16 iteraciones usuales; como también se realizó el análisis de dos videos; las entrevistas se desarrollaron a especialistas de tributación en tiempos y lugares diferentes. Abordando preguntas semiestructuradas con el fin de recopilar datos; se utilizó la plataforma virtual del Google Meet, entrevista personal y llamada telefónica. Al inicio de las reuniones se informaron a los participantes de la dinámica que se desarrollarán en la entrevista.

Para el análisis de los datos recolectados, esta información fue transcrita a un registro de información que codifica cada entrevista, para luego desarrollar las iteraciones a través de las respuestas recibidas, desplegando el libro de códigos, de tal manera utilizamos el software Atlas Ti en su versión 9 para el procesamiento de los datos recolectados, obteniendo los resultados: la nube de palabras y diagramas codificados para posteriormente presentar sus interpretaciones hermenéuticas.

Pasos de la investigación

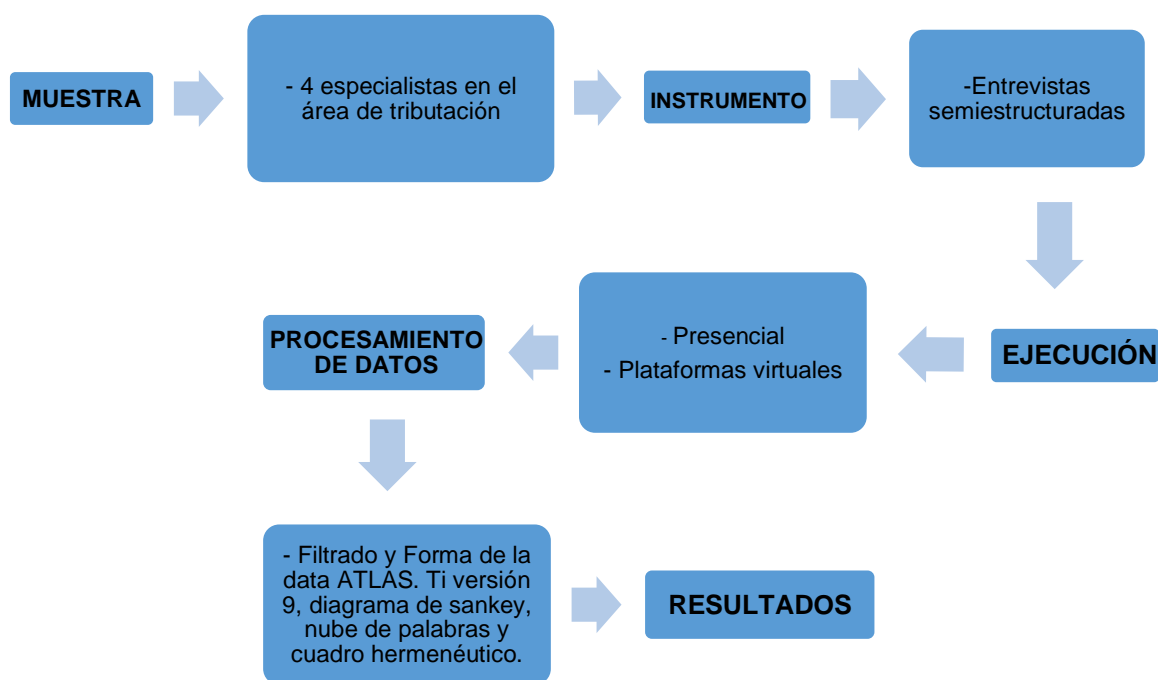
Para el análisis del artículo de investigación se generó por medio de los siguientes pasos:

- Paso 1: Para la elección de la muestra, se identificó 7 especialistas en el área de tributación.
- Paso 2: Se identificó a los participantes, a quienes se les realizó una entrevista semiestructurada aplica en dos iteraciones. El participante firmó un *formulario de consentimiento* informado aceptando participar en la entrevista.
- Paso 3: La ejecución del instrumento fue mediante dos modalidades: presencial y la plataforma virtual (Google meet); el día y la hora de la encuesta se coordinaron con los encuestados.
- Paso 4: Para la recopilación de datos se empleó los siguientes instrumentos de procesamiento de información: Word donde se transcribió las entrevistas, los análisis de los videos y codificándose posteriormente en el Excel (data) y se procesó en el *Atlas TI V.9*, generando diagramas y figuras.

- Paso 5: Se logra procesar la información y a su vez se llega a obtener los resultados de la investigación efectuando la interpretación hermenéutica; es decir, el arte de interpretar textos para llegar a la comprensión del objeto o guion que se interpreta, y como resultado se ha llegado a conclusiones y discusión.

Figura 1.

Pasos de la investigación



Fuente: Elaboración propia

Tipo o nivel de la investigación

Nivel

Según (TECANA AMERICAN UNIVERSITY, s.f.) menciona que la investigación preliminar o exploratoria, también conocida como "fase de exploración del campo de investigación". El investigador indaga en la base teórica por lo cual escudriña para darle una interpretación lingüística refinándolo hermenéuticamente de modo que, recopila información relevante mediante la observación sobre viabilidad, posibilidad y condiciones favorables para sus fines de investigación.

Enfoque

Nuestra investigación es de enfoque cualitativo en donde se indaga y mejora las interrogantes del estudio. Basándose en métodos de recolección de datos sin mediciones numéricas, como las descripciones y las observaciones Sánchez et al., (2018).

Diseño

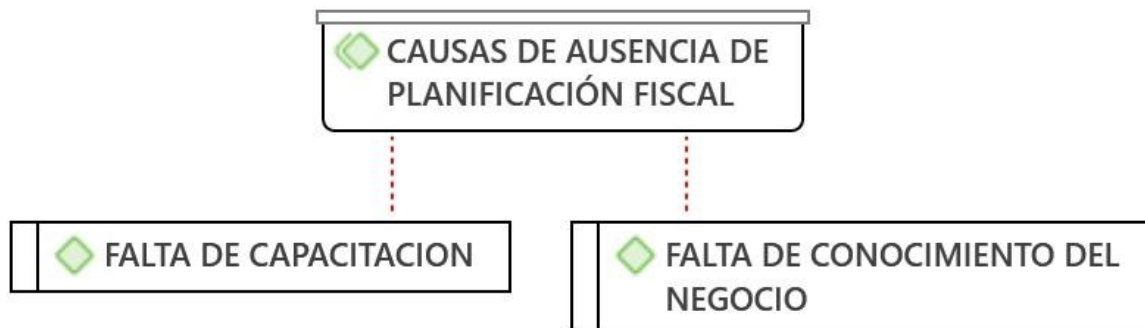
En cuanto al diseño de la investigación, es no experimental ya que no requiere cambiar las variables, limitándose únicamente a observar los fenómenos tal como ocurren en su contexto

natural. Y además la temporalidad es de corte transversal, ya que recopila datos de un momento único, para analizar la interrelación entre ellos (Baena, 2017).

Resultados

Figura 1

Los especialistas entrevistados en temas de tributación comentaron a cerca de las causas de ausencia de planificación fiscal



Fuente: Elaboración propia.

La figura 1, muestra como resultado, según las entrevistas, las causas de ausencia de planificación fiscal:

- a. **Falta de capacitación**, aspecto que fue generado, debido a que los entrevistados detallaron que en la actualidad la capacitación es vital para el crecimiento empresarial y se considera como uno de los pilares para el éxito de una entidad. Entendiendo que muchas empresas no realizan constantes capacitaciones al personal en las diferentes áreas de trabajo a causa de la falta de disposición del tiempo, cambios y rotaciones constantes del personal; siendo importante que los empresarios pongan énfasis en las capacitaciones para un buen desempeño laboral.
- b. **Falta de conocimiento del negocio**, aspecto que fue generado por los especialistas durante la entrevista. Mencionaron que hoy en día muchos negocios inician su actividad empresarial con una inversión de dinero, tiempo y esfuerzo; etapa en la que el empresario debe realizar una investigación del mercado, así como de activos, pasivos, ingresos, gastos. Conociendo así a sus clientes potenciales, proveedores, los productos que ofrecerá al mercado, los precios, el marketing, el establecimiento y a sus trabajadores para que se pueda ejecutar un adecuado plan fiscal.

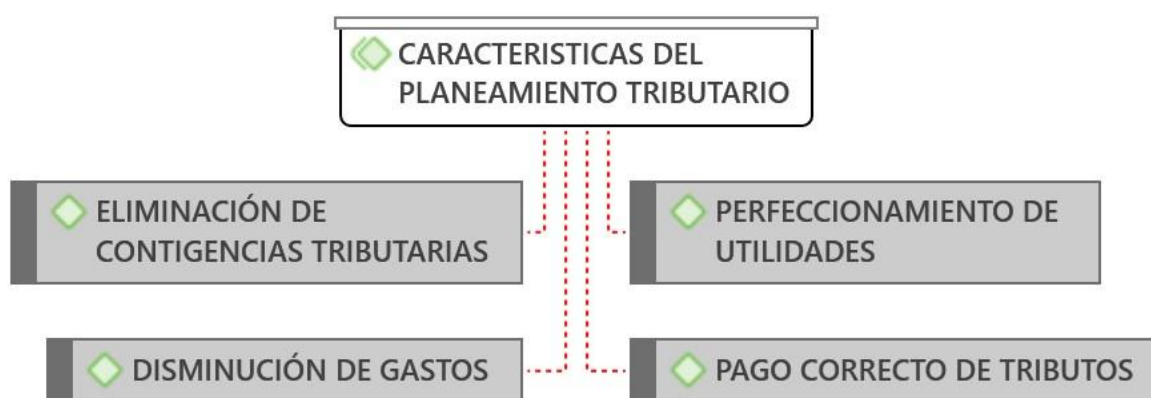
La figura 2, muestra como resultado, según las entrevistas, las características de planificación fiscal:

- a. **Eliminación de Contingencias Tributarias**, aspecto que fue generado por los especialistas. Mencionaron que las empresas tienen la oportunidad de crecer en el mercado siempre y cuando cumplan con todas las obligaciones tributarias, reduciendo las contingencias fiscales mediante un planeamiento, de tal manera evitan pérdidas, multas y sanciones innecesarias.
- b. **Disminución de Gastos**, aspecto que fue generado por los entrevistados, debido a que expresaron que, ante la caída de los ingresos por la crisis económica, las empresas se

- vieron en la necesidad de priorizar los gastos, tales como; la implementación de protocolos de bioseguridad, restructuración de trabajo, servicios básicos.
- c. **Perfeccionamiento de utilidades**, aspecto que fue generado por los expertos mencionando que, durante la crisis sanitaria muchas empresas tuvieron pérdidas, otras se liquidaron por no contar con una reserva legal, ya que esta podría ayudar a cubrir los gastos básicos, y así poder reactivarse.
 - d. **Pago correcto de tributos**, aspecto que fue generado por los entrevistados mencionando que, cada empresa paga sus impuestos correspondientes según su régimen tributario, ingresos percibidos y giro de negocio; en aplicación de la normativa vigente.

Figura 2

Los especialistas entrevistados comentaron respecto las características del planeamiento tributario.



Fuente: Elaboración propia

La figura 3, muestra como resultado, según las entrevistas, las modificaciones de normas tributarias:

- a. **Ampliación de plazos**, aspecto que fue generado por los especialistas en donde mencionaron, que en el contexto de la COVID-19; la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) para salvaguardar el bienestar de las personas y empresas, aplazó el vencimiento para presentar las declaraciones determinativas e informativas.
- b. **Digitalización de procesos administrativos**, aspecto que fue generado por los entrevistados; debido a que recalcaron que durante la crisis sanitaria los trabajadores se vieron presionados a aplicar nuevos métodos para cumplir con sus obligaciones laborales; empleando la digitalización de procesos de trabajos remoto, para percibir ingresos en la empresa. De tal manera, SUNAT dio iniciativa con proporcionar una plataforma virtual a “mesa de partes”, del mismo modo se dieron nuevas disposiciones para la emisión de comprobantes electrónicos.
- c. **Cambios de plazo de depreciación**, aspecto que fue generado por los expertos que indicaron, que, ante la crisis de situación económica, el Gobierno ha tomado algunas medidas fiscales para incentivar la inversión privada y aumentar la liquidez de las empresas; además en deducir o no la depreciación de activos fijos que dejaron de

producir bienes o prestar servicios, según ley N° 31107 estableciendo los plazos de depreciación:

- **Edificios y construcciones:** Se establece que los terrenos e instalaciones podrán depreciarse para efectos del impuesto sobre la renta a razón del 20% anual a partir del ejercicio gravable 2021 hasta su pérdida total.
- **Maquinaria y equipo:** A partir del ejercicio 2021, los activos fijos adquiridos entre 2020 y 2021, las tasas de depreciación anual se modificaron en los siguientes:
 - o **Equipo de procesamiento de datos:** 50%.
 - o **Maquinaria y equipo:** 20%.
- **Vehículos de transporte terrestre:** 33.3%.
- **Vehículos de transporte terrestre híbridos** o eléctricos: 50%.

d. Modificación al sistema de arrastre de pérdidas, aspecto que fue generado por los expertos, al referir lo mencionado en la ley del impuesto a la renta, sobre la existencia de dos sistemas de compensación a la pérdida tributaria: **a)** al 100% con plazo de 4 años para agotar el saldo de la pérdida fiscal; **b)** al 50% No existe plazo máximo; durante la COVID 19 las empresas en el año 2020 y 2021 tuvieron pérdidas motivo por el cual el gobierno tomó medidas ampliando el plazo a 5 años.

e. Escudo Tributario, aspecto que fue generado por los expertos señalaron, que para reducir los impuestos optan en utilizar el Factoring, Leasing, Renting y depreciación acelerada de modo que se otorga beneficio con la modalidad de compra al crédito.

Figura 3

Los especialistas entrevistados de tributación comentaron respecto las modificaciones de normas tributarias.



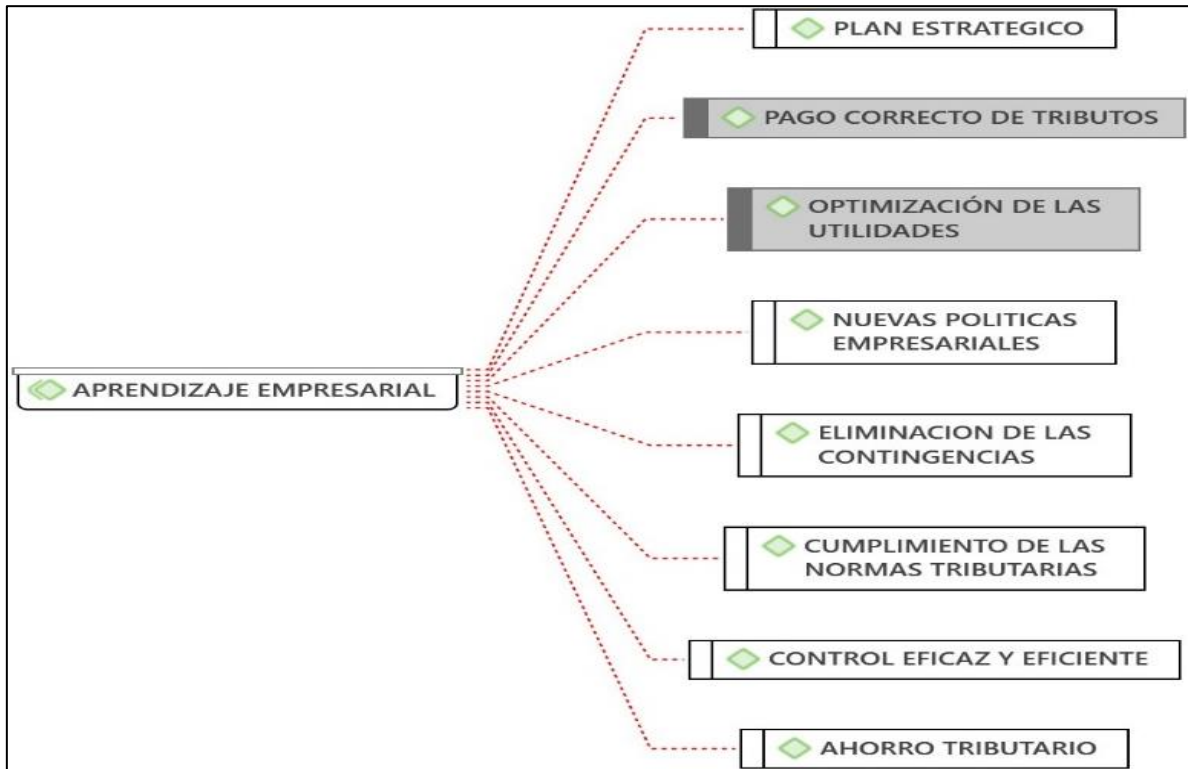
Fuente: elaboración propia

En la Figura 4, se muestra como los especialistas en tributación bajo su experiencia y conocimiento mencionaron en la entrevista los siguientes temas como aprendizaje empresarial:

- a. **Plan estratégico:** aspecto que fue generado por los expertos señalaron que, con el brote de la Covid-19, tuvo un impacto perjudicial en la crisis sanitaria y socioeconómico, sin embargo, las empresas fueron las más afectadas; asimismo, como plan de continuidad de trabajo optaron en la tercerización del personal, cambio de giro del negocio, trabajos remotos e implementación de medidas sanitarias contra el virus, entre otros métodos.
- b. **Pago correcto de tributos:** aspecto que fue generado por los entrevistados recalcaron que, es importante que las empresas analicen, determinen y verifiquen de manera adecuada sus tributos a las cuales están sujetas para evitar infracciones e incremento de intereses; de tal forma evadir las contingencias fiscales sosteniendo un impacto positivo a nivel económico.
- c. **Optimización de las utilidades:** aspecto que fue generado por los entrevistados recalcaron que las empresas necesitan utilizar cuatro aspectos, tales como: Recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos, la optimización de los recursos de la empresa conduce a una mayor rentabilidad, costos de producción, evaluación de los recursos disponibles, identificación de las debilidades, planificar las acciones y la verificación de resultados.
- d. **Nuevas políticas empresariales:** aspecto que fue generado por los entrevistados indicaron que en la epidemia pocas empresas sobresalieron adecuándose a la realidad, optando en crear su propio instrumento de trabajo, protección y organización apropiada del personal para la sostenibilidad empresarial.
- e. **Eliminación de contingencias:** aspecto que fue generado por los entrevistados comentaron que es importante que las empresas cuenten con funciones administrativas y software contable, para tener mayor control interno y externo de manera que ayudará a evitar contingencias fiscales
- f. **Cumplimiento de las normas tributarias:** aspecto que fue generado por los entrevistados comentaron que, durante el distanciamiento social las empresas no cumplieron con las declaraciones formales y sustanciales, así como el pago del impuesto a la renta, IGV y la planilla de remuneración; por tal razón el gobierno aprobó modificaciones de las normas fiscales para presentar las obligaciones de forma voluntaria sin ninguna multa e interés, mediante las prórrogas, fraccionamientos, devoluciones, entre otros, para amparar a las empresas.
- g. **Control eficaz y eficiente:** aspecto que fue generado por los entrevistados recalcaron, que para el crecimiento de una empresa debe estar estructurada a través de metas y objetivos, dando uso a la tecnología, tomando en cuenta un control interno para la toma de decisiones y metodologías de trabajo.
- h. **Ahorro tributario:** aspecto que fue generado por los entrevistados comentaron que, es un instrumento de política de la empresa para cubrir gastos en situaciones excepcionales como emergencias sanitarias, crisis política, financiera y económica, sin poner en riesgo la sostenibilidad empresarial maximizando los beneficios tributarios.

Figura 4

Los especialistas en tributación bajo su experiencia y conocimiento mencionaron en la entrevista los siguientes temas como aprendizaje empresarial



Fuente: elaboración propia

Muestra algunas palabras que fueron concurrentemente mencionadas por los entrevistados, entre ellos y con mayor protagonismo están los términos como: “empresa”, “contingencias”, “COVID” , “tributario”, “declaraciones”, “SUNAT”, “planeamiento”, “normas”, “ estrategias”, “ahorrar”, “prórrogas”, “personal”, “plazos”, “servicios”, palabras que permitieron a los entrevistados referirse individualmente para evitar las contingencias tributarias en el contexto COVID-19. Los entrevistados indicaron que todas las empresas realicen una planificación fiscal. Frente a situación problemática en las empresas.

Figura 5

Palabras concurrentes mencionadas por los entrevistados



Fuente: elaboración propia

En el análisis de la nube de palabras destaca la importancia de los términos que realzan en la investigación como son empresa, contingencias, tributarias y COVID-19 que se podrían relacionarse con el contexto que se vive, coyunturas inesperadas. Por otro lado, destacamos a los términos planeamiento, estrategia, gastos, declaraciones lo cual cabe mencionar que son métodos para dar unas soluciones. Por ultimo las palabras SUNAT, combustible, políticas, prorrogas son los que complementan a dicho estudio; entendiendo que efectivamente si existe una relación con la investigación.

Discusión

Como resultado del artículo de investigación se ha determinado, a través del análisis e interpretación, la identificación de los principales factores que conducen a las contingencias fiscales.

En cuanto a las causas de ausencia de planificación fiscal, el resultado analizado de las entrevistas, determinó que el ítem de mayor importancia es el de: “Falta de conocimiento del negocio” es uno de los problemas principales, ello debido a la ausencia de capacitación; el empresario al momento de realizar una inversión desconoce a qué tipo de régimen tributario acogerse y como aplicar los beneficios tributarios para cumplir con sus obligaciones y de esa manera evitar multas y sanciones; asimismo Vega et al., (2020), menciona que al momento de realizar una actividad económica es necesario emplear un planificación tributario para la correcta aplicación de las obligaciones fiscales, optando capacitar al personal, de esa manera obteniendo el conocimiento necesario para cada área de trabajo , con el objetivo de obtener rentabilidad y evitar las contingencias fiscales a corto y largo plazo.

En cuanto a los factores con mayor relevancia de las características de planificación fiscal, el resultado analizado de las entrevistas del ítem “Pago correcto de tributos” antes y durante la crisis sanitaria se observó que algunas empresas no contaban con un plan de contingencias; es por eso que se reflejó insolvencia financiera en las empresas, por tanto, el gobierno suspendió temporalmente las normas fiscales vigentes e impuso medidas de reapertura económica nacional para crear provisiones que faciliten el pago de las obligaciones fiscales mediante las resoluciones que modifican las normas tributarias para poder contrarrestar las problemáticas; dando prorrogas para las presentaciones de las declaraciones mensuales y anuales, arrastre de perdidas, plazos en la depreciación según ley N° 31107, las modificatorias son un soporte para la reactivación empresarial; es así que el contador de la empresa debe actualizarse con las normas vigentes para poder acogerse de manera correcta para el procedimiento contable y tributario; del mismo modo, Chagas et al., (2019) indican que Brasil es una de las naciones que tiene una reforma fiscal compleja y extensa lo cual ocasiona tratamiento inadecuado de las normas fiscales por ende ocasionan infracciones, sanciones y multas que evita el crecimiento empresarial.

Por otra parte, en cuanto al Aprendizaje empresarial, del resultado analizado de las entrevistas el ítem “Nuevas Políticas Empresariales” ,se incrementaron a raíz de la COVID-19 por ende las empresas tuvieron que adaptarse para poder contrarrestar los riesgos empresariales mencionadas anteriormente, lo que conllevó a la digitalización de procesos administrativos a través de la facturación electrónica que facilita información certera para tener accesos de mecanismos de financiamiento, decisiones estratégicas; asimismo, el marketing digital provee información mediante plataformas digitales a fin de promocionar el producto o servicio; del

mismo modo, se aperturó la mesa de partes virtual (SUNAT) en el cual se presentan tramites tributarios; además, las reuniones online ingresaron en tendencia en el transcurso del confinamiento social hasta la actualidad, en la que se está transformando en una herramienta imprescindible para la sociedad y más aún para este entorno y por último se empleó actividades sociales para el personal de la empresa de modo que obtener mayor rendimiento laboral; según Ruocho et al., (2021); Buscher et al., (2021); Muñoz et al., (2020), mencionan que las empresas requieren nuevas políticas de planeamiento en los negocios desarrollando nuevas estrategias y paradigmas de prevención; ante una posible fiscalización o una crisis similar en el futuro.

Conclusiones

El presente trabajo de investigación ha llegado a la conclusión de que el “Planeamiento Fiscal” es una herramienta fundamental para las empresas frente a cualquier situación problemática; se observó en el contexto de la COVID 19, cierres de actividades, despidos del personal, ausencia de declaraciones mensuales, gastos de bioseguridad, gastos básicos, desconocimiento del negocio, y entre otros; para apaciguar las contingencias percibidas la SUNAT modificó las normas tributarias tales como la ampliación de plazos para presentar las declaraciones mensuales, cambios de plazo de depreciación, sistema de arrastre de pérdidas, etc. Por ello las empresas optaron en realizar nuevos métodos y políticas de trabajo adaptándose a la realidad mediante la digitalización de procesos administrativos y laborales, la implementación de protocolos de bioseguridad, capacitación constante al personal según el área, asimismo sus características más resaltantes son las siguientes: eliminación de contingencias tributarias, perfeccionamiento de utilidades, disminución de gastos y pago correcto de tributos de manera eficaz y eficiente, ante una posible fiscalización o una crisis similar en el futuro.

Referencias Bibliográficas

- Aguirre, B., Jaramillo, N., & Solano, M. (2019). Contingencias tributarias y su incidencia en la determinación del impuesto a la renta del periodo 2016 al 2018 de la librería Ofischool E.I.R.L. - Chimbote 2019. *Rev. Horizonte empresarial*, 10(1), 35-51. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rhe196.7107> Aguirre
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la investigación* (Patria (ed.); Tercera ed, Número 2017). <http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384093.pdf>
- Buscher, B., Feola, G., Fischer, A., Fletcher, R., Francois Gerber, J., Harcourt, W., Koster, M., Schneider, M., Scholtens, J., Spierenburg, M., Walstra, V., & Wiskerde, H. (2021). *Planificación para un mundo más allá del COVID-19: cinco pilares para el desarrollo posneoliberal*. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105357>
- CEPAL. (2020). Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe. *Cepal*, 1-4.
- Das Chagas Oliveira, O., Luciana Batista, V., Martins de Oliveira, A., Firmino Bezerra, A. E., & Ozorio de Souza Neto, M. (2019). Costo de transacción económica y planificación fiscal. *REVISTA AMBIENTE CONTÁBIL*, 11, 177-178-182-195-196. <https://doi.org/DOI:10.26495/ra196.7107>
- Revista Contacto / ISSN L 2710-7620*
Vol. 2, No. 3 / enero – abril de 2023



- Effio Huamanchumo, G. M., & Chapoñan Ramirez, E. (2019). Planeamiento tributario para evitar contingencias tributarias en la empresa Vimalca E.I.R.L. Chiclayo, 2018. *Rev. Horizonte empresarial*, 6(2), 20-21-22. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rhe196.7006> Resumen
- Encalada Benítez, L. D., Narváez Zurita, C. I., & Erazo Álvarez, J. C. (2020). La planificación tributaria, una herramienta útil para la toma de decisiones en las comercializadoras de GLP. *Especial*, 6(1), 100-101-117. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i1.1138> Ciencias
- Escudero Sánchez, C. L., & Cortez Suárez, L. A. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. En UTMACH (Ed.), *Redes 2017* (2017.^a-2018.^a ed.). Universidad Técnica de Machala. <https://n9.cl/bu9hq>
- Khaoula, F., & Moez, D. (2019). The moderating effect of the board of directors on firm value and tax planning: Evidence from European listed firms. *Borsa Istanbul Review*, 19(4), 331-343. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2019.07.005>
- Higginson, S., Milovanovic, K., Gillespie, J., Matthews, A., Williams, C., Wall, L., Moy, N., Hinwood, M., Melia, A., & Paolucci, F. (2020). COVID-19: La necesidad de un plan de respuesta a una pandemia económica Australiana. *Health Policy and Technology*, 9(4), 488-502. <https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2020.08.017>
- INEI. (2020). Encuesta De Opinión Sobre El Impacto Del Covid-19 En Las Empresas. *Confecámaras*, 1-17.
- Marin, E., Narvaez, C., Erazo, J., & Machuca, M. (2019). Estrategias de planeación tributaria en el sector automotriz del Ecuador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, IV(2), 183-213. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v4i2.471> Estrategias
- Muñoz Aparicio, C. G., Sánchez Pérez, B., & Navarrete Torres, M. del C. (2020). Las empresas ante el COVID-19. *Revista de investigación en Gestión industrial, ambiental, seguridad y salud en el trabajo- GISST*, 85-87-90-94. <https://www.editorialeidec.com/revista/index.php/GISST/article/view/83/64>
- Quispe Erique, B., Rosas Prado, C. E., & Balcazar Paiva, S. E. (2021). *Planeamiento tributario para evitar contingencias tributarias*. 10. <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/UCV-HACER/article/view/2725>
- Ruochen, Z., Yao, L., & Haifeng, D. (2021). Vulnerabilidad y resiliencia tras la COVID-19: recursos familiares y bienestar infantil en China. *Chinese Sociological Review*, 1, 2-35. <https://doi.org/10.1080/21620555.2021.1913721>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. En Universidad Ricardo Palma (Ed.), *Universidad Ricardo Palma* (Primera Ed). <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1480>

Vega, L., Seminario, R., & Romero, W. (2020). Planeamiento tributario en el área contable de la empresa Representaciones Naret S.A.C. - la Molina, 2019. *Revista Científica Ágora*, 7(1), 38-43. <https://doi.org/10.21679/arc.v7i1.145>

Villasmil Molero, M. (2017). La planificación tributaria: herramienta legítima del contribuyente en la gestión empresarial. *Dictamen Libre*, 20, 121-122-125-. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6154121>

Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse a los autores a los correos electrónicos proporcionados.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:


https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_r_euso

Factores que determinan la evasión tributaria en comerciantes de equipos informáticos de la ciudad de Juliaca, 2018 y 2021

Factors that determine tax evasion in computer equipment dealers in the city of Juliaca, 2018 and 2021


Dina Luz Challa Salhua

Universidad Peruana Unión, Facultad de Ciencias Empresariales, Perú
dina.challa@upeu.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0001-5786-6217>

Milagros Mamani Chambilla

Universidad Peruana Unión, Facultad de Ciencias Empresariales, Perú
milagrosmamani@upeu.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0001-7245-9193>

Recibido: 13/09/2022

Aceptado: 12/11/2022

RESUMEN

El objetivo del presente estudio es determinar la relación de los factores con la evasión tributaria en los comerciantes de equipos informáticos en Jr. Gonzales Prada de la Ciudad de Juliaca, considerado como uno de los rubros más rentables durante la pandemia COVID-19. El diseño de investigación es fundamentado en un modelo descriptivo correlacional longitudinal no experimental de corte transversal, como periodo de estudio se determinaron los años 2018 y 2021. La muestra considerada para el estudio fue de 66 y 72 negocios respectivamente, a los cuales se aplicó un cuestionario de las variables factor económico, social y cultural con la evasión tributaria de 22 preguntas con escala de Likert. Los resultados del caso demuestran que existe incidencia notable del factor cultural sobre la evasión tributaria con ($r=-.806$ en el año 2018, $r=-.790$ en el año 2021, $p < .05$). Indica que existe poca conciencia tributaria lo cual afecta de manera directa al incumplimiento de las obligaciones tributarias. Además, el 33.3% demuestran conocimiento sobre la cultura tributaria en el año 2018, mientras el 37.5% en el año 2021. Lo cual revela que la mayoría que los contribuyentes tienen deficiente conocimiento y la falta de información sobre: emisión de comprobantes, declaraciones mensuales y pagar impuestos de manera correcta. Por tanto, existe la infracción de la obligación tributaria y se ve reflejado en la problemática de evadir impuestos. En conclusión, los contribuyentes de la población en estudio carecen de una cultura tributaria,

desconocen sus deberes debido a la complejidad de la legislación tributaria; y también la informalidad que se maneja en dicha población involucra notablemente, por lo tanto, las personas naturales o jurídicas inconscientemente incumplen las normas tributarias, afectando de manera significativa a la recaudación de impuestos en Perú.

Palabras clave: Evasión tributaria, cultura tributaria, factor económico, recaudación tributaria.

ABSTRACT

The objective of this study is to determine the relationship of the factors with tax evasion in computer equipment merchants in Jr. Gonzales Prada in the City of Juliaca, considered one of the most profitable items during the COVID-19 pandemic. The research design is based on a non-experimental longitudinal correlational descriptive cross-sectional model, as the study period the years 2018 and 2021 were determined. The sample considered for the study was 66 and 72 businesses respectively, to which a questionnaire of the economic, social and cultural factor variables with tax evasion of 22 questions with a Likert scale. The results of the case show that there is a notable incidence of the cultural factor on tax evasion with ($r=-.806$ in 2018, $r=-.790$ in 2021, $p < .05$). It indicates that there is little tax awareness which directly affects non-compliance with tax obligations. In addition, 33.3% demonstrate knowledge about the tax culture in the year 2018, while 37.5% in the year 2021. Which reveals that the majority of taxpayers have poor knowledge and lack of information about: issuance of receipts, monthly declarations and pay taxes correctly. Therefore, there is an infringement of the tax obligation and it is reflected in the problem of tax evasion. In conclusion, the taxpayers of the study population lack a tax culture, they are unaware of their duties due to the complexity of the tax legislation; and also the informality that is handled in said population notably involves, therefore natural or legal persons unconsciously fail to comply with tax regulations, significantly affecting tax collection in Peru.

Keywords: Tax evasion, tax culture, economic factor, tax collection.

Introducción

En la actualidad se ha afianzado la idea de la relevancia de la tributación como un elemento esencial para el desarrollo (Gómez-Sabaini & Morán, 2016, pág. 22). La alta desigualdad distributiva es uno de los rasgos más característicos de la situación social en América Latina, donde un pequeño porcentaje de la población concentra gran parte de la riqueza mientras un significativo número de sus habitantes se encuentran por debajo de los niveles de subsistencia (Mejía-Flores et al., 2020).

En los últimos años el incremento de la evasión y elusión tributaria en el país representa un 8% del Producto Bruto Interno (PBI), equivalentes a unos 64,000 millones de soles. realizando

facturas falsas, hay personas que no pagan, gente que transfiere rentas al exterior para evitar pagar impuestos en el Perú. Asimismo, hay juicios en materia tributaria que tienen más de 20 años y por ello se deben acotar bien los reclamos judiciales por impuestos, también estableciendo claramente que no puede haber duplicaciones o superposiciones, lo mismo lo estás enjuiciando dos veces, hay varias medidas que apuntan a reducir o mejorar esa fiscalización” así señaló el ministro de Economía y Finanzas.

En el Perú al igual que en los países de América Latina, los gobiernos de turno a través de sus Administraciones Tributarias han implementado estrategias fiscales para contrarrestar las prácticas de la evasión tributaria. Sin embargo, los esfuerzos por controlar su cumplimiento no han sido lo suficientemente efectivos, debido a que la corrupción ha afectado considerablemente la credibilidad de las autoridades públicas y de las instituciones del estado, reflejando una crisis de valores y conductas que crean una conciencia tributaria débil en relación al cumplimiento sustancial de los tributos, acompañado de la negativa del administrado por cumplir con los deberes formales que se encuentran asociados al cumplimiento del pago de impuestos, es por ello que surge una reciprocidad de la cultura tributaria frente a la ética y el cumplimiento de la ley (Cárdenas-Rojas, 2021). En el caso peruano, la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) ha utilizado diversos instrumentos fiscales para controlar las conductas evasivas de los contribuyentes, adicionalmente estas estrategias han buscado lograr la formalización de actividades empresariales y de personas naturales.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, de acuerdo a su Ley de creación N.º 24829 y la Ley N.º 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, entre sus finalidades, tiene como finalidad primordial administrar los tributos del gobierno nacional y los conceptos tributarios y no tributarios que se le encarguen por Ley o de acuerdo a los convenios interinstitucionales que se celebren, proporcionando los recursos requeridos para la solvencia fiscal y la estabilidad macroeconómica; así también, tiene la obligación de proveer a los administrados los servicios que faciliten el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, así como brindar servicios a la ciudadanía en general dentro del ámbito de su competencia. Es así que, el artículo 84º del Texto Único del Código Tributario aprobado por Decreto Supremo N.º 133-2013-EF, establece la obligación de la Administración en proporcionar orientación, información verbal, educación y asistencia al contribuyente (Cárdenas-Rojas, 2021).

La evasión tributaria consiste en desobedecer la ley para abonar un reducido valor en los impuestos; mientras que la elusión tributaria hace referencia a evitar sus obligaciones, porque está aprobado por la ley; es decir, toma conveniencia tributaria ante los vacíos de las normas (Zamora-Cusme, 2018).

Se debe tener muy en cuenta que la evasión y elusión tributaria son estrategias que buscan evitar impuestos. Según Paredes (2016) “La evasión tributaria es un hecho que preocupa a todos los países del mundo, por los efectos que ha producido tales como la disminución en los ingresos, déficit fiscal y disminución de la inversión privada” (p. 180). La diferencia llega a radicar en la

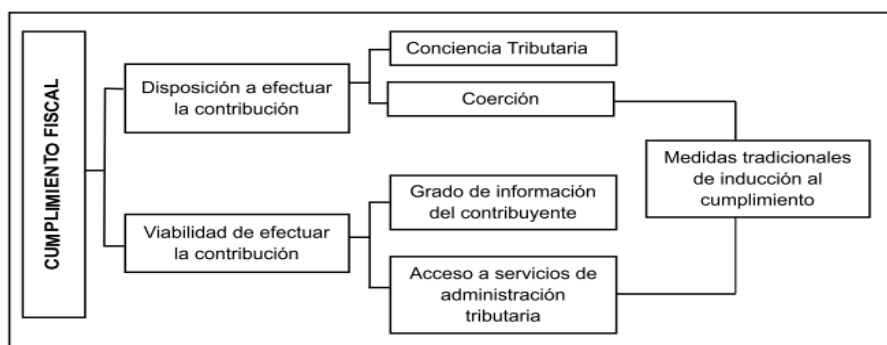
evasión fiscal donde consiste en la violación de la patente de la ley tributaria que se encuentra vigente, mientras que elusión se refiere a la interpretación que se puede denominar liberal.

La evasión establece que cumple un conjunto de acciones, de un individuo no cancela sus impuestos que la ley le exige, convirtiéndose en un acto ilegal donde ocultan bienes e ingresos, con la finalidad de cancelar menor cantidad impuestos. Se puede decir que existe una lucha constante en contra de la evasión tributaria constituye un tema central en cada una de las agendas políticas del país, esto se da por el alto impacto en las inestabilidades económicas, donde se hace necesario concienciar a la ciudadanía por medio de la cultura tributaria, en las estrategias del desarrollo y la gobernabilidad en general (Onofre et al., 2017).

Ahora bien, formar conciencia tributaria resulta favorable para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, ello será posible de impulsarlo desde el ámbito de la educación cívica y diversos procesos educativos.

Figura 1

Elementos del cumplimiento fiscal



Nota: Información obtenida de la Superintendencia Nacional de Aduana y Administración Tributaria.

Con la situación originada por la pandemia de la COVID-19 se ha percibido que más negocios han surgido como medida para generar ingresos económicos, entre ellos están los negocios en el rubro de Tecnologías (venta de productos informáticos), pequeños negocios se incrementaron como medida para evitar aglomeraciones en los mercados o súper mercados del distrito de Juliaca. El problema surge porque en su mayoría estos negocios se emprenden de manera informal, algunos optan por solicitar la licencia de funcionamiento por parte de la Municipalidad Provincial, pero en su mayoría no continúan con los procedimientos para formalizarse ante SUNAT, lo que ocasiona que este grupo de emprendimientos no cumpla con las obligaciones tributarias que le correspondería, y sobre todo, no cumpliendo con el pago de impuestos a la SUNAT, teniendo una repercusión directa hacia la recaudación tributaria.

Para Mejía-Flores et al., (2020) La decisión de pagar impuestos no es solo económica, de modo que la probabilidad de que se realice una auditoría a un individuo o el monto de las sanciones que se le imponen cuando evade no son los únicos factores a tener en cuenta para explicar su grado de cumplimiento tributario. Sin embargo, para que un contribuyente considere que los demás



evaden no solo es el resultado de observar efectivamente dicha acción, también puede darse el caso de que piense que otros evaden por que pagan pocos impuestos, aunque ello se deba a los beneficios tributarios que lo cobijan. Así, basta que los ciudadanos no reciban un trato imparcial de la administración tributaria para que surja una justificación para evadir (Rodríguez, 2017, pág. 129).

Según Carrera-López et al. (2020) afirma que una de las principales causas de la evasión es la ausencia de una verdadera conciencia tributaria individual y colectiva, motivada por la imagen que la comunidad tiene del Estado y la percepción frente a la imparcialidad en sus gastos e inversiones, al no tener conocimiento de los programas de gobierno y las políticas de redistribución del ingreso. (p.577).

Por su parte, Zamudio & Nolazco-Cama (2020) señalan que el Perú recolecta 52,8% solamente de su fortaleza total, muy por debajo de la máxima recaudación posible según su actual situación económica. Esta situación hace que el país esté por debajo del promedio de Latinoamérica en estándares de OCDE, utilizando el 41,5% para pagos de salarios de los funcionarios públicos y el 35,2% se destina a financiar infraestructura y el 25,8% a programas sociales.

Declaraciones de Carlos Oliva, ministro de Economía y Finanzas de Perú, dejan en claro: “Nuestro país representa el 57% del ISR y el 36% del IGV, lo que representa que la mayoría de los contribuyentes no pagan el impuesto adecuado” (Córdova, 2018).

Según Informática (INEI, 2019) citado por Mariluz-Amalia et al. (2021) , reportó que existió 13.6 millones de trabajadores desempeñando sus labores de manera dependiente y/o independiente bajo tres perfiles: El primero, fue alrededor de 6.4 millones que trabajan solo como dependientes, dentro de los cuáles el 52% son contratados de forma informal; el segundo, estuvo conformado por 5.9 millones que laboran solo como independientes, donde el 80% de ellos opera en la informalidad. Finalmente, el tercer perfil la conforman 1.3 millones de personas que trabajan de manera dependiente e independiente, convirtiéndose la tasa de informalidad del 70%; en este tercer perfil se encuentran los profesionales médicos, objeto del presente estudio.

La importancia de la investigación realizada radica en que ayudará a las autoridades implementar estrategias que les permita controlar la informalidad y mitigar su aumento, ya que ellos al conocer con certeza cuál es el impacto que genera la informalidad en el aspecto tributario, podrán tomar decisiones más certeras para combatir la evasión tributaria, y así contribuir con una mayor recaudación tributaria, para el desarrollo del país.

La evasión tributaria se la ha calificado como un obstáculo que afecta a las finanzas públicas en América Latina, se debe mencionar que en el pasado los impuestos eran aplicados hasta en el contorno doméstico, en la actualidad, el desarrollo que se dan en las operaciones de empresas nacionales e internacionales es amplio, por lo cual, se encuentran obligadas en algunos países a que adopte una mirada amplia y sofisticada de dicho problema más allá de fronteras geofiguras de países (Gómez y Morán, 2016).

Ciertamente, la evasión tributaria o fiscal, es una problemática social que afecta al desarrollo de los países (Coello-Ochoa et al., 2021). Esto sucede porque se trunca el objetivo

principal de los impuestos, a saber, financiar el gasto público, entendido como el total de gastos realizados por el sector público para la adquisición de bienes y servicios (Sierra y Vargas, 2015; Torres, et al., 2020). Sin embargo, si los contribuyentes hacen aportes, cumplen con sus obligaciones y reducen el comportamiento informal, esto traerá más oportunidades de empleo para las personas y mejores posibilidades de vida a los peruanos (Rivera y Suárez, 2017).

En la actualidad en el Perú se reducen las posibilidades para atender las necesidades de la población, debido a esto el Estado se ve obligado a tomar medidas que afectan a aquellos contribuyentes que, si aportan correctamente, puesto que debido a la evasión tributaria por parte de algunos contribuyentes (Ríos, 2017).

El cumplimiento de la obligación tributaria se encuentra establecida bajo el modelo de la autodeterminación del tributo, que además implica cumplir con diversos deberes formales, cuya exigencia puede ser coaccionada por el fisco, esta coerción implica una cobranza forzosa al contribuyente por parte de la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) quien es la encargada de administrar los tributos y aplicar la normatividad para el control y fiscalización de la obligación tributaria (Cárdenas-Rojas, 2021). Sin embargo, a pesar de que la ley ha facultado a la Administración Tributaria realizar la fiscalización y cobranza de los tributos, la Administración no ha logrado mejorar el cumplimiento tributario, ni erradicar la evasión tributaria y el contrabando. Por tal razón en el presente artículo aborda el estudio de: Determinar el nivel de relación de los factores con la evasión tributaria en los comerciantes de ventas de equipos informáticos de la ciudad de Juliaca, 2018 y 2021.

Bernal & Edquen (2017) manifiesta que los factores. “Son recapitulaciones que condicionan una situación convirtiéndose en causantes de evolución o transformación de los hechos; son los que contribuyen a que se obtengan determinados resultados, estos factores pueden ser sociales y económicos” (p.41-42).

Para Bannasar (2014) el factor económico es aquel que involucra personas que buscan el desarrollo, en el cual se realiza un conjunto de actividades orientadas a generar nuevos bienes y servicios en cada unidad productiva. Entre ellos tenemos algunos ejemplos: ingresos económicos suficientes, gastos adecuados en las compras de mercaderías y ahorro en gastos del negocio.”

Según Amasifuen (2015) define: la cultura tributaria es el conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de tributos en un país, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus obligaciones tributarias.” (p.75).

Metodología

Diseño

La presente investigación estuvo enmarcada en el paradigma cuantitativo, diseño no experimental, correlacional (Hernández et al., 2014). Se utiliza este diseño en la presente investigación porque busca y recoge información de la evasión tributaria el cual es objeto de nuestro estudio, sin manipular deliberadamente las variables (Hernández et al., 2014). También Egyankosh (2017) indica que no es posible manipular variables, donde el investigador no tiene control completo sobre las condiciones de estudio.

Sujetos

La población está conformada por los empresarios en el Jr. Gonzales Prada. Para Hernández-Sampieri et. al (2003) para el enfoque cuantitativo, las poblaciones deben situarse claramente en torno a sus características de contenido, de lugar y en el tiempo, por lo cual se tomó como población mencionada, porque cumplen con las características de contenido de lugar y de tiempo para la presente investigación.

Muestra

Para el estudio, se considera el tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia. Según Hernández-Sampieri et al. (2003), precisan que, en las muestras no probabilísticas, todos los elementos de la población tienen la posibilidad de ser escogidos y considerado a criterio del investigador.

Para la muestra se cuenta con 66 comerciantes durante el año 2018 y 72 en el año 2021.

Tabla 1

Número de participantes

Año	Población	Nº Participantes
2018	Comerciantes de ventas de equipos	66
2021	informáticos	72
	Total	138

Mediciones

La validez de los instrumentos se realizó mediante el juicio realizado por expertos que evaluó los criterios de actualidad, objetividad, consistencia, coherencia, claridad, organización, intencionalidad, metodología y suficiencia en base a una calificación ordinal que tuvo como niveles: deficiente, aceptable, bueno, muy bueno y excelente. Como resultado en todos los criterios tiene una aceptación significativa.

La confiabilidad interna del instrumento: se realizó mediante el coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach que se aplicó a una muestra piloto de 12 empresarios de comercialización de equipos informáticos en Jr. Gonzales Prada. El índice de confiabilidad alcanzado fue de 0,866 que se ubica en un rango de confiabilidad alto, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento.

Procedimientos

Las acciones realizadas se detallan en las siguientes etapas:

Etapas 1: Acceso a base datos

Se aplicará un método de revisión sistemática mediante estrategias de búsqueda en función a factores de evasión tributaria y accediendo a información basada en la búsqueda de diferentes bases de datos como Latindex, redalyc, google académico, scielo, revistas y repositorios de distintas universidades.

Etapas 2: Técnicas de recolección

Se utilizó un cuestionario para la recolección de la información sobre las variables en estudio. Donde se presentó el objetivo de la investigación y se solicitó la participación voluntaria, se enfatizó que la encuesta era anónima y los datos recabados serían utilizados únicamente para los fines de investigación. Asimismo, se indicó que comenzar a desarrollar el cuestionario, declaraba el consentimiento para participar. El tiempo promedio para responder las preguntas fue de 10 minutos.

Análisis estadísticos

Primero, se realizó un análisis descriptivo de las variables; Factores de evasión y evasión tributaria, que según Sharma (2019) consiste en partir de una muestra que es un conjunto de datos representativos para proporciona un resumen de las características de la población.

Segundo, para las pruebas estadísticas correlacionales entre las variables “X” factores relacionados y “Y” evasión tributaria se utilizará mediante el coeficiente de Rho de Spearman, es una medida no paramétrica de la correlación de rango (dependencia estadística del ranking entre dos variables). Para los análisis estadísticos, se utilizó el software estadístico SPSS versión 26,0.

Declaración sobre aspectos éticos

Tomando en cuenta la propuesta de principios éticos para investigación en seres humanos. Para participar en el estudio, completamente voluntaria, mediante el consentimiento informado firmado por cada uno de los participantes, y se aseguró el manejo confidencial de la información brindada.

Resultados

Resultados descriptivos

En la tabla 2, se presenta los resultados de las variables sociodemográficas donde: Respecto a la edad de participantes en el año 2018 la mayoría con 43.9% fueron de 31 a 40 años, mientras en el año 2021, el 43.1% fueron de 20 a 25 años. Además, los participantes en los periodos 2018 y 2021, según sexo en su mayoría fueron varones con 51.5% y 55.6% respectivamente. En el nivel de instrucción en su mayoría en el año 2018 fueron del nivel superior con 81.8% y disminuyendo en el año 2021 a un 58.3%.

Tabla 2

Características demográficas de la población de estudio

Variable	Categoría	2018		2021	
		Recuento	% de N tablas	Recuento	% de N tablas
Edad	De 20 a 25 años	11	16.7%	31	43.1%
	De 26 a 30 años	24	36.4%	14	19.4%
	De 31 a 40 años	29	43.9%	20	27.8%
	Más de 41 años	2	3.0%	7	9.7%
Sexo	Masculino	34	51.5%	40	55.6%
	Femenino	32	48.5%	32	44.4%
Nivel de Instrucción	Ninguno	0	0.0%	4	5.6%
	Primaria	0	0.0%	4	5.6%
	Secundaria	12	18.2%	22	30.6%
	Superior	54	81.8%	42	58.3%
	Total	66	100.0%	72	100.0%

En la tabla 3, se presenta los resultados de la variable factores de evasión, y sus dimensiones. Donde la variable analizada, factores, en el año 2018 representa el 36.4% en un nivel medio, mientras en el año 2021 existe una leve tendencia hacia el lado positivo con un 37.5% se encuentra en el nivel alto.

Para las dimensiones de la variable factores. Factor económico durante los años 2018 y 2021, el 43.9% y 47.2% respectivamente se encuentran en el nivel alto. Lo cual indica que tiene una tendencia positiva.

En el factor social, el 78.8% y con 77.8% se encuentran en un nivel medio durante los años 2018 y 2021.

Por último, el factor cultural, con un 63.6% y 58.3% se encuentran en un nivel bajo en los años 2018 y 2021, lo cual indica que tiene una tendencia negativa o baja.

Respecto a la variable de evasión tributaria, el 37.9% se encuentran en un nivel medio, mientras en el año 2021 existe una leve variación hacia el lado positivo con un 38.9% que se encuentra en un nivel alto.

Sobre las dimensiones de evasión tributaria, el desconocimiento de los procedimientos tributarios indica en el año 2018 y 2021, que el 39.4% y 38.9% respectivamente se encuentran en un nivel medio.

Respecto a la segunda dimensión incumplimiento de las obligaciones tributarias durante el año 2018 51.5% y 2021 41.7% ambas dimensiones se encuentran en un nivel medio.

Tabla 3

Análisis descriptivo de las variables de estudio, y de las dimensiones de factores de evasión tributaria

Variables	Categoría	2018		2021	
		F	%	F	%
Factores	Bajo	20	30.3%	20	27.8%
	Medio	24	36.4%	25	34.7%
	Alto	22	33.3%	27	37.5%
Factor económico	Bajo	13	19.7%	12	16.7%
	Medio	24	36.4%	26	36.1%
	Alto	29	43.9%	34	47.2%
Factor social	Bajo	2	3.0%	3	4.2%
	Medio	52	78.8%	56	77.8%
	Alto	12	18.2%	13	18.1%
Factor cultural	Bajo	42	63.6%	42	58.3%
	Medio	2	3.0%	3	4.2%
	Alto	22	33.3%	27	37.5%
Evasión tributaria	Bajo	19	28.8%	21	29.2%

	Medio	25	37.9%	23	31.9%
	Alto	22	33.3%	28	38.9%
Desconocimiento de los procedimientos tributarios	Bajo	22	33.3%	23	31.9%
	Medio	26	39.4%	28	38.9%
	Alto	18	27.3%	21	29.2%
Incumpliendo de las obligaciones tributarias	Bajo	15	22.7%	20	27.8%
	Medio	34	51.5%	30	41.7%
	Alto	17	25.8%	22	30.6%
	Total	66	100.0%	72	100.0%

Resultados correlacionales

En la tabla 4, se observa los resultados de correlación según el análisis estadístico de Rho de Spearman. Muestran que en todas las variables y dimensiones revelan un valor p altamente significativo menor a .05.

En la correlación de las variables **factores** y **evasión tributaria** muestran valores de $r=-.475$ en el año 2018, $r=-.577$ en el año 2021, que representan una correlación negativa débil.

En la correlación de la dimensión **factor económico** y la variable **evasión tributaria** muestran valores de $r=-.272$ en el año 2018, $r=-.401$ en el año 2021, que representan una correlación negativa débil.

En la correlación de la dimensión **factor social** y la variable **evasión tributaria** muestran valores de $r=-.441$ en el año 2018, $r=-.448$ en el año 2021, que representan una correlación negativa débil.

En la correlación de la dimensión **factor cultural** y la variable **evasión tributaria** muestran valores de $r=-.806$ en el año 2018, $r=-.790$ en el año 2021, que representan una correlación negativa considerable.

Tabla 4

Análisis de correlación entre las variables de factores con evasión tributaria

Variable	Evasión tributaria			
	(2021)			
	2018		2021	
	r	P	r	P
Factores de Evasión	,591**	0.000	,634**	0.000
Factor económico	,348**	0.004	,425**	0.000
Factor social	,413**	0.001	,273*	0.020
Factor cultural	,516**	0.000	,663**	0.000

Discusión

En la investigación los resultados obtenidos giran a la relación entre los factores y la evasión tributaria de los comerciantes de ventas de equipos informáticos. Donde se encontró que existe una correlación lineal negativa baja, que a su vez es altamente significativa ($r = -.475$ en el año 2018, $r = -.577$ en el año 2021, $p < .05$). La diferencia entre los dos años no existe una variación considerable, por tanto, mientras mayor percepción sobre los factores (social, económico y cultural) sobre la evasión tributaria será menor la evasión tributaria en los comerciantes.

Para los autores (Condori Hito, Ponce Quispe, & Quea Hanco, 2020), En su investigación analizaron los resultados para determinar en qué medida se relacionan los factores con la evasión tributaria en los contribuyentes inscritos en el Nuevo RUS en dicho mercado, por lo tanto se otro pudo analizar que no es nada fácil combatir o dar una solución inmediata a la evasión tributaria, sin embargo la responsabilidad de nuestra sociedad en general debe cambiar nuestra manera de actuar, poniendo en práctica valores y no inclinarse por lo contrario. Asimismo, se determina que los factores relacionados influyen para la infracción de las normas tributarias en el país.

Cabe mencionar, la dimensión que mayor correlación tiene con la evasión tributaria es el factor cultural, es decir la Cultura tributaria; durante el año 2018 ($r = -.806$, $p < .05$) y en el año 2021 ($r = -.790$, $p < .05$), en lo que implica que la única forma de combatir la evasión tributaria es mediante la concientización, educación y conciencia de cultura tributaria en los empresarios.

Los resultados de la investigación tienen similitud con Cruz-Machaca (2019) donde afirma en su investigación que tiene una relación negativa baja y altamente significativo ($R = -.235$, $p < .05$) entre la cultura tributaria y la evasión tributaria, en una población similar de la ciudad de Juliaca. Además, con la investigación de Sucle (2017), quien expresó que existió correlación positiva baja ($r = .174$) entre la conciencia tributaria y evasión de tributos debido a la falta de información sobre la normatividad, las obligaciones tributarias, los beneficios y ventajas que el estado otorga a los contribuyentes y la importancia que tiene sus aportes para el desarrollo del país.

De la misma forma los resultados descriptivos de la investigación muestran un nivel bajo de 63.6% en el año 2018 y 58.3% en el año 2021. Indicando que durante este periodo existió una disminución sobre la percepción de cultura tributaria, sin embargo, la mayoría de los comerciantes aún no tienen una cultura tributaria. Por su parte Romero-Carazas & Colmenares (2021) muestran en su investigación que el causante principal de la evasión tributaria es la falta de cultura tributaria, ya que un gran porcentaje (68%) de los contribuyentes carecen del conocimiento y el valor del pago de los impuestos responsablemente.

En el Perú el tema de la corrupción es muy recurrente y asociado con la evasión tributaria, por lo que el 79% de los pobladores tienen una percepción de la corrupción del gobierno, a lo cual manifiestan que evaden frecuentemente los impuestos por este motivo (Canales & Romero, 2017). De esta manera se necesita fortalecer las políticas anticorrupción y diseñar una estructura de administración tributaria bien organizada, creando leyes sólidas que beneficien a toda la localidad, sensibilizando y concientizando de la misma manera a todos los contribuyentes. Por otro lado, se

hace evidente el descontento de los que tributan y esto es producto de la inconciencia social y cultura tributaria. Es decir, pocas son las personas que cumplen con sus deberes y pagan con puntualidad (Onofre et ál., 2017).

Finalmente, según Romero-Carazas & Colmenares (2021) el 63% de los estudios coinciden en el tema de recaudos de tributos y sus variantes, mientras que el porcentaje restante señalan que la falta de información a los contribuyentes de manera veraz y efectiva es una de las grandes causantes de los impagos tributarios, junto a la falta de modernización de plataformas y poca utilización de tecnología para estos fines fiscales (Paredes, 2016), (Gómez, 2016), (Patiño, et al., 2019) y (Boitano y Abanto, 2019).

Conclusiones

Luego de un estudio y análisis realizado a los resultados y en base a los objetivos planteados en la investigación, se concluye mediante los siguientes puntos:

Existe una correlación lineal negativa media lo que a su vez es altamente significativa de ($r = -.475$ en el año 2018, $r = -.577$ en el año 2021, $p < .05$), entre los factores de evasión y la evasión tributaria de los comerciantes de equipos informáticos en la ciudad de Juliaca. Sin mucha diferencia entre los dos años en comparación, la razón de esto proviene principalmente los factores económicos, sociales, y culturales que determinan una diferencia considerable para el incumplimiento de las obligaciones tributarias, asimismo por el poco conocimiento y la falta de información, el contribuyente tiene la dificultad de presentar sus declaraciones y determinar correctamente sus impuestos, también la situación económica y política del país en un contexto de la pandemia Covid-19 afecta en el cumplimiento de las normas tributarias.

Claramente el resultado de correlación de factor cultural y evasión tributaria muestra un nivel $r = -.806$ en el año 2018, $r = -.790$ en el año 2021, que representan una correlación negativa considerable. El incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los ciudadanos peruanos se ve reflejado en la problemática de la evasión tributaria, la informalidad y el contrabando, por ello, urge que el estado a través de su Poder Ejecutivo y la Administración Tributaria establezcan acciones sobre el rol social del tributo; en tal sentido, se puntualiza la necesidad de educar y fomentar la conciencia tributaria, siendo estratégicamente necesario partir desde los niveles de la educación básica regular, todo ello unido a recuperar la formación en valores de los ciudadanos. En tal sentido, corresponde a la Administración Tributaria en cooperación con los centros educativos asumir el compromiso de formar ciudadanos a mediano plazo capaces de hacer cumplir reglas de convivencia relacionados a la tributación.

Nos vemos inmersos en escenarios de informalidad y evasión tributaria, es así que, resulta oportuno plantear la estrategia de formar cultura tributaria a partir de la enseñanza de la tributación a niveles del sistema escolar, en tanto, pretender aplicar políticas tributarias, en una ciudadanía

débil en valores, resultará un experimento que solamente castigue al formal y no se logre incluir al sector informal a la formalidad.

Queda claro que el Estado debe crear una cultura tributaria y a su vez confianza en que los dineros públicos sean utilizados para el beneficio de la sociedad, en la mayoría de los países en donde existe corrupción y desvió de fondos públicos, los niveles de evasión son elevados.

Además, se identificó que en el Perú hay muchas personas que emprenden negocios, pero carecen de una cultura tributaria, desconocen sus deberes debido a la complejidad de la legislación tributaria; esto lleva a que las personas inconscientemente evadan los impuestos.

Por otro lado, personas que tienen sus empresas registradas y trabajan de manera formal evaden sus tributos porque existe un desconocimiento sobre el destino de los impuestos recaudados, no tienen confianza en el gobierno porque no están conformes con la administración y gestión tributaria por parte del Estado.

Referencias Bibliográficas

- Amasifuen, M. (noviembre de 2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. Accounting power for business. Obtenido de <https://www.google.com.pe/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=articulos+de+revistas+de+la+cultura+tributario-per%C3%BA>
- Bennasar, D. T. (2014). Conceptos economicos basicos. Obtenido de <http://www.uib.cat/depart/deaweb/webpersonal/dolorestirado/archivos/concp-3.pdf>.
- Bernal, W., & Edquen, D. (2017). Factores socio - económicos que se relacionan con la morosidad de los clientes del Colegio Simón Bolívar Tarapoto, San Martín 2016. Tesis pregrado, Universidad Peruana Unión, Tarapoto. Recuperado el 27 de Octubre de 2018
- Boitano, G., y Franco, D. (2019) . The Informal Economy and Its Impact on Tax Revenues and Economic Growth. The Case of Peru, Latin America and OECD Countries (1995 – 2016). 360 Revista de Ciencias de La Gestión, (4), 109-35. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/view/21120/20860>
- Canales, J., y Romero, A. (2017). Algunas Consideraciones Sobre La Transparencia Pública y El Buen Gobierno. Revista Española de La Transparencia, (5), 115-27. <https://core.ac.uk/download/pdf/154829354.pdf>
- Cárdenas-Rojas, G. R. (2021). La Educación Tributaria en el Perú: Una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. *In Crescendo*, 11(2), 241. <https://doi.org/10.21895/incres.2020.v11n2.07>
- Carrera-López, J. S., Martínez-Hinojosa, R. M., & Lozano-Robles, M. de J. (2020). Evasión tributaria como mecanismo de alteración de los estados financieros. *Dominio de Las Ciencias*, 6, 1284–1297. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1370>
- Coello-Ochoa, J., Miranda-Isbes, W., & Orellana-Ulloa, M. (2021). Evasión tributaria y su incidencia sobre el IVA. Caso PYMES comerciales del Cantón Machala. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(3), 174–187. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.560>

- Córdova, N. (2018). MEF: Evasión tributaria alcanza el 36% del igr y el 57% del Impuesto a la Renta. *Economía*, 1. <https://andina.pe/agencia/noticia-mef-evasion-tributaria-alcanza-36-del-igr-y-57-del-impuesto-a-renta-719696.aspx>
- Cruz-Machaca, G. P. (2019). *Cultura tributaria y su relación en la evasión tributaria de los comerciantes minoristas de ropa del mercado San José, Base I – Juliaca, 2019 Tesis*. 86. <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2671>
- eGyanKosh. (2017). Unit 4. Types of research and methods of research. Obtenido de eGyanKosh: <http://egyankosh.ac.in/bitstream/123456789/23391/1/Unit-4.pdf>
- Gómez-Sabaini, J. C., & Morán, D. (2016). *Evasión tributaria en América Latina: Nuevos y antiguos desafíos en la cuantificación del fenómeno en los países de la región*.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGrawHill.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2019). *Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) 2019*. INEI <https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-de-hogares-enafo-2019-instituto-nacional-de-estadistica-e-informatica-inei>
- Mariluz-Amalia, C. S., Manuel-Jesús, S. C., Lupe-del-Carmen, C. S., & Carmen-Elvira, R. P. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(ESPECIAL 3), 204–218. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36503>
- Mejía-Flores, O. G., García-Quimiz, E. T., & Padilla-Hidalgo, M. M. (2020). La evasión tributaria en América Latina. *Polo Del Conocimiento*, 5(03), 939–949. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i3.1522>
- Onofre, R. F., Aguirre, C.G., y Murillo, K. G. (2017). La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos. *Revista Científica*, 3(3), 45-68. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6326643>
- Patiño, R. A., Mendoza, S.T., Quintanilla, D.A., y Montenegro J. (2019). Evasión tributaria, una revisión. *Revista Activos* 17(1), 1-16. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/292/2921234007/2921234007.pdf>
- Paredes, P. R. (2016). Evasión Tributaria vs Mecanismos implementados por la Administración Pública. *Retos: Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 12(2), 181–198. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17163/ret.n12.2016.04>
- Romero-Carazas, R., & Colmenares, Y. M. (2021). Análisis de la evasión tributaria en el Perú. *Contacto*, 1(2), 1–13.
- Rodríguez, V. M. (2017). *La equidad del sistema tributario y su relación con la moral tributaria. Un estudio para América Latina. Investigacion económica*, 125-152
- Ríos, M.A. (2017). Propuestas de estrategias tributarias para mejorar la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Distrital de Pomalca- 2016. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16021/rios_vm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivera, E. N., y Suárez, L. C. (2017). Percepciones y actitudes de los ciudadanos residentes en Bogotá acerca del pago del Impuesto al Valor Agregado, IVA. *Revista CIFE* 31, 19(31), 91-125.

- Sierra, O., y Vargas, Y. (2015). Corrupción en las empresas y la evasión tributaria del IVA en Colombia: un método alternativo de medición. *Revista CIFE*, 17(26). 37-74. <https://doi.org/10.15332/s0124-3551.2015.0026.02>
- Torres, J. C., Barros, J., Villasmil, M. D. C., y Socorro, C. C. (2020). Beneficios tributarios para proyectos de ciencia, tecnología e innovación en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(2), 107-119. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i2.32427>
- Zamora-Cusme, Y. (2018). La evasión tributaria y su incidencia en la economía del Ecuador, 2010-2014. *Quipukamayoc*, 26(50), 21–29. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v26i50.14721> ISSN:
- Zamudio, A. R., & Nolazco-Cama, J. L. (2020). Assessment of fiscal effort and voluntary tax compliance in Peru. In *Revista Finanzas y Política Económica* (Vol. 12, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v12.n1.2020.3121>

Conflicto de interés

Las autoras de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse a las autoras a los correos electrónicos proporcionados.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reus
[o](#)

Empresas Fintech como fuente de financiamiento para las micro y pequeña empresa del rubro textil en Lima Metropolitana

Fintech companies as a source of financing for micro and small enterprises in the textile industry in Metropolitan Lima

Rafael Romero-Carazas

Universidad Peruana Unión, Perú
rafael.romero@upeu.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0001-8909-7782>

Roxana Quinta Solier

Universidad Peruana Unión, Perú
roxana.quinta@upeu.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0002-4546-4269>

Alexander David De La Cruz Vargas

Universidad Peruana Unión, Perú
alexanderdelacruz@upeu.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0002-1379-9144>

Nancy Rosillo Suárez

Universidad Técnica de Manabí, Ecuador
nancy.rosillo@utm.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-3198-5661>

Recibido: 5/09/2022

Aceptado: 18/11/2022

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo establecer el efecto en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del rubro textil de Lima Metropolitana que emplean las Fintech como fuente de financiamiento para la ejecución de sus actividades. La investigación respondió a un enfoque cuantitativo, básico, no experimental correlacional. La población estuvo conformada por las micro y pequeñas empresas textiles que pertenecen a la jurisdicción de Lima Metropolitana que abordan la Fintech como fuente de financiamiento, en tal virtud la muestra estuvo conformada por 40 micro y pequeñas empresas. Se utilizó una encuesta aplicada a los directivos de dichas organizaciones para la recolección de los datos para luego ser analizados por medio del software estadístico SPSS para la viabilidad descriptiva e inferencial. Para la contrastación de hipótesis de estudio se abordó el parámetro Chi cuadrado. Se evidenció que el valor chi cuadrado toma un valor elevado alejado de cero

($X^2=54.5$), lo que indica que la hipótesis nula debe ser rechazada. Aunado a ello con una significancia bilateral asintótica se evidencia que $p= 0.000 \leq 0.005$ lo que indica que si existe una pertinencia a nivel de influencia o relación entre las variables de estudio. Finalmente, este análisis permite concluir que: las Fintech como fuente de financiamiento permite el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del rubro textil de Lima Metropolitana en la ejecución de sus actividades.

Palabras claves: Fintech, organización, financiamiento, desarrollo.

ABSTRACT

The objective of this research was to establish the effect on the development of micro and small textile companies in Metropolitan Lima that use Fintech as a source of financing for the execution of their activities. The research responded to a quantitative, basic, non-experimental correlational approach. The population consisted of micro and small textile companies belonging to the jurisdiction of Metropolitan Lima that use Fintech as a source of financing; therefore, the sample consisted of 40 micro and small companies. A survey applied to the managers of these organizations was used to collect the data, which were then analyzed using SPSS statistical software for descriptive and inferential feasibility. The Chi-square parameter was used to test the study hypotheses. It was evidenced that the chi-square value takes a high value far from zero ($X^2=54.5$), which indicates that the null hypothesis should be rejected. In addition, with an asymptotic bilateral significance, it is evident that $p= 0.000 \leq 0.005$, which indicates that there is a relevance at the level of influence or relationship between the variables under study. Finally, this analysis allows us to conclude that: Fintech as a source of financing allows the development of micro and small textile companies in Metropolitan Lima in the execution of their activities.

Keywords: Fintech, organization, financing, development.

Introducción

La sociedad actual siempre está cambiando y trascendiendo diferentes parámetros para su desarrollo. Por ello, cada vez más personas buscan formas estables de ganar dinero para poder vivir y enriquecerse. En este sentido, el espíritu empresarial o emprendimiento empresarial es una forma de resolver este problema (León, 2019).

En este sentido, personas de todo el mundo crean empresas cuando tienen nuevas opiniones de emprendimiento que prometen ofrecer mejores productos o líneas de servicio que los que ya existen o, ideas innovadoras que modifican la forma de crecer del sector. Así, Arango (2017) dice que para ser empresario hay que cumplir unos requisitos básicos. En algunos países, como los que se encuentran en América del Norte, hay varias delegaciones estatales que ayudan a las pequeñas empresas a crecer dándoles asesoramiento y dinero, y las vigilan todo el tiempo.

Asimismo, Arango (2017) y Adam et al. (2022) establecen que las personas se convierten en empresarios en América Latina porque ven una buena oportunidad de negocio

o porque tienen que hacerlo. Esto es cierto en naciones como Perú, Bolivia y Chile. Pero en esta zona, los pequeños negocios dependen de factores fundamentales que afectan la cantidad de emprendimientos y el crecimiento de las pequeñas empresas. Estos factores incluyen el sistema formativo, el apoyo del gobierno, las capacidades de estímulo actuales en materia de incentivos y el apoyo en forma de prestaciones o subvenciones.

Consecuentemente, Arguello et al. (2021), mencionan que, el espíritu empresarial o emprendedor en Perú crea puestos de trabajo. La gente de todo el país recurre al emprendimiento para ganarse la vida cuando no encuentra otro tipo de trabajo que le ayude a crecer. Así, muchas personas en Lima tienen sus propios negocios, como puestos de comida o pequeñas empresas de marketing, hogar y textiles.

Sin embargo, la financiación es un problema con el que se topan las personas que están a punto de iniciar un negocio o que ya lo tienen (Espinoza et al., 2022). Hay muchas personas y pequeñas empresas que no pueden conseguir un préstamo bancario rápidamente, y si lo consiguen, es solo después de un largo proceso. En este sentido, Zapata (2019), dice que los bancos peruanos son una parte importante de la economía porque son muy importantes para las organizaciones y las personas como origen de financiamiento. Debido a esto, da un gran impulso a la economía.

Actualmente, las empresas disponen de varias formas de obtener el dinero que necesitan en este momento. Sin embargo, estas fuentes de dinero suelen ser ineficientes porque vienen acompañadas de altos costes como elevados tipos de interés o una larga lista de requisitos para conseguir un préstamo. Rojas (2022) establece que cuando esto sucede, las organizaciones Fintech surgen en la búsqueda de apoyo de préstamo alternativo que intenta cambiar la situación. Por la forma en que fueron diseñadas, pueden dar prestaciones a estas organizaciones utilizando un método de examen de riesgo diferente al de las entidades bancarias. Esto les permite no solo valorar al peticionario utilizando datos que los bancos no miran, sino también cruzar información más rápidamente y dar una respuesta final en pocos minutos.

En los últimos años, las Fintech se han extendido por todo el país y cada vez tienen más clientes. Aun así, Rojas (2022) dice que muchas micro y pequeñas empresas no conocen estas nuevas empresas y no pueden confiar en ellas. Las Fintech han podido dar mucho financiamiento a este tipo de organizaciones para que puedan dirigir sus negocios, comprar equipos y hacer muchas otras cosas. Pero no está claro qué efecto han tenido estos préstamos en las organizaciones, cuánto les han ayudado a crecer o cómo les han facilitado la obtención de financiación.

Partiendo de esta premisa, se formula la siguiente interrogante de investigación: ¿Cuál es el impacto o efecto en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del rubro textil de Lima Metropolitana que emplean las Fintech como fuente de financiamiento? Para responderla, la investigación tuvo por objetivo establecer el efecto en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del rubro textil de Lima Metropolitana que emplean las Fintech como fuente de financiamiento para la ejecución de sus actividades.

Estado del arte

Monroy (2022), en su artículo científico titulado “Fintech 3.0 en países de América Latina: Retos y Recomendaciones”, estableció que, la tercera etapa del crecimiento de las Fintech, a veces conocida como "Fintech 3.0", puede definirse como la aparición de nuevas empresas (startups) que compiten con las instituciones financieras establecidas. Naturalmente, la regulación y supervisión de los mercados financieros se enfrenta a nuevos problemas a la luz de este desarrollo tecnológico mundial. Esta fase es particularmente difícil para América Latina debido a la concentración de los mercados financieros de la región y a los diversos enfoques adoptados por las distintas naciones para regularlos. El ensayo hace una serie de sugerencias a los reguladores en este sentido, con el objetivo de promover el crecimiento y el uso generalizado de las fintech 3.0 en la zona.

Asimismo, Rojas (2022), en su trabajo de grado titulado “Las empresas Fintech como fuente alternativa de financiamiento para las PYMES del sector textil confecciones del distrito de San Luis en los años 2018-2019, tuvo por objetivo de estudio aportar pruebas empíricas de que las microempresas del sector textil que recurren a la financiación Fintech tienen más probabilidades de experimentar una expansión rentable. La expansión consistente es el resultado de numerosas cosas, una de las cuales es la estructura de financiación de la empresa. Para entender mejor el efecto que la financiación Fintech tiene en las empresas de las MYPES, se ha realizado un estudio de estas empresas de la industria textil y de la confección en el barrio de San Luis. Para ello, se buscarán créditos Fintech y se evaluará su impacto en los negocios de las MYPES. Estos créditos son emitidos por empresas Fintech que operan en el sector Lending, especializado en dar acceso a capital. Finalmente, demostraremos nuestra hipótesis y proporcionaremos las respectivas conclusiones y recomendaciones mediante el análisis de los resultados obtenidos en la encuesta y los gráficos basados en ella. En este trabajo se revisan varios conceptos relacionados, como las fuentes de financiamiento Fintech, los procedimientos para obtener financiamiento, los fines en los que se invierte el financiamiento y el impacto de este financiamiento en las MYPES.

Por su parte, Zapata (2019), en su trabajo de maestría titulado “Comportamiento del sistema de pagos digitales entre Colombia y China, desde la perspectiva de la promoción a la inclusión financiera”, tuvo por objetivo examinar el desarrollo del sistema de pagos electrónicos de Colombia a la luz de su homólogo más avanzado en la República Popular China. En primer lugar, se analizan los orígenes y el desarrollo de los sistemas monetarios de ambas naciones. A continuación, se identifican las numerosas organizaciones bancarias convencionales y las normas que las han guiado en el pasado, y se analizan las plataformas a través de las cuales se han aplicado. Por último, se utilizan como puntos de referencia cuatro instituciones financieras de Colombia para examinar los efectos del sistema de pagos digitales de este país, lo que nos lleva a la conclusión de que los pagos por teléfono móvil están siendo muy comercializados en el mercado local.

Martínez et al. (2021), en su artículo científico titulado “El uso de las Fintech por la generación Millennial en México”, establecieron que, durante el 2019, la industria Fintech en México creció un 14%, hasta llegar a 441 empresas, creando 60 mil nuevos empleos. Este aumento evidencia la creciente importancia del sector en México. El objetivo de este estudio

es examinar cómo los jóvenes del estado mexicano de San Luis Potosí utilizan la tecnología financiera. A través de un muestreo de conveniencia se obtuvo una población de 90 adultos de entre 20 y 50 años, de los cuales se recogieron 30 preguntas para evaluar la familiaridad, comodidad y capacidad de los encuestados para manejar eficazmente diversos aspectos de las Fintech. La metodología cuantitativa-correlacional utilizada en este trabajo pretende facilitar la investigación exploratoria. Los resultados demuestran que los millennials están adoptando cada vez más las nuevas tecnologías, siendo un factor decisivo los menores costes asociados a ellas en comparación con los métodos bancarios más convencionales. Muchos de los encuestados afirman que prefieren utilizar una plataforma bancaria online o móvil antes que acudir a un local físico.

Hidalgo et al. (2021), en su tesis de grado titulada “Plan de negocios para una empresa Fintech de financiamiento para Mypes en Lima Metropolitana”, El propósito de este trabajo es delinear los pasos necesarios para lanzar una empresa de tecnología financiera en el Área Metropolitana de Lima que sirva como plataforma de financiamiento para las micro, pequeñas y medianas empresas. Este plan de negocios busca capitalizar la escasez de financiamiento para las micro, pequeñas y medianas empresas (MPE) en Lima Metropolitana, con el fin de disminuir las barreras de entrada para las MPE que buscan crédito en este mercado conservador. Por el contrario, es fundamental ofrecer al inversor un nivel de rentabilidad económica y financiera acorde con el nivel de riesgo que está dispuesto a asumir. Para ello, aprovecharemos los principales puntos fuertes del modelo de negocio: sus baratos costes de transacción, su flexibilidad técnica y su mayor alcance. De este modo, el público al que va dirigido podrá adquirir préstamos baratos, y los inversores podrán rentabilizar su dinero gracias a una propuesta de valor a largo plazo que se mantiene.

Materiales y métodos

El trabajo correspondió a un enfoque cuantitativo. Asimismo, dado el tipo de objetivos de estudio la investigación respondió desde un punto de vista cuantitativo básico, no experimental.

Debido al enfoque de las Fintech como fuente de financiación y desarrollo para las micro y pequeñas empresas, este estudio distingue entre las variables involucradas, tanto en términos de la fuerza de la relación entre ellas y el impacto que ha tenido el problema subyacente, como en el contexto del diseño de la investigación, que es correlacional.

Población

La población objeto de estudio estuvo conformada por las micro y pequeñas empresas textiles que pertenecen dentro de la jurisdicción de Lima Metropolitana que aborden la Fintech como fuente de financiamiento para el desarrollo de dichas organizaciones. Cabe destacar que estas empresas abordan desde el diseño de prendas, la confección, hasta las ventas de las mismas dentro del territorio.

Muestra

La muestra de estudio se estableció por medio de un muestreo basado en criterios (Otzen & Manterola, 2017). En tal virtud, se establecerán los siguientes criterios:

- *Criterios de inclusión:*

- 1) Micro y pequeñas empresas constituidas de forma idónea a nivel legal
- 2) Micro y pequeñas empresas que posean RUC
- 3) Micro y pequeñas empresas que se encuentren dentro de la jurisdicción de Lima Metropolitana
- 4) Micro y pequeñas empresas que se encuentren operativas dentro del espacio temporal 2020-2021.

- *Criterios de exclusión*

Todas las empresas que no cumplan con los criterios de inclusión.

En este sentido, la muestra de estudio estuvo constituida por 40 micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro textil que emplean como fuente de financiamiento la Fintech, en tal virtud este número muestral es idóneo y demuestra síntesis científica para dar respuesta a las hipótesis de estudio.

Técnicas y procesamiento de la información

Para llevar a cabo las actividades de estudio y con el fin de adquirir la información esencial para su realización, se utilizó la encuesta como medio de recolección de datos, que se aplicaron a la junta directiva o dueños de las micro y pequeñas empresas que pertenecen a la muestra de estudio, asimismo, se empleó la observación directa de las operaciones de las empresas. La información obtenida será comparada mediante el uso de la prueba de Chi-Cuadrado.

Para la realización del trabajo de investigación y con el objetivo de conseguir la información necesaria para su realización se usaron diversos instrumentos de recolección de datos. Uno de estos fue las encuestas, las cuales fueron aplicadas a los administradores y/o dueños de las MYPES, así como la observación directa de las actividades de las empresas. Con la información recabada se realizó la contrastación mediante la prueba de Chi-Cuadrado.

El objetivo de la encuesta es conocer la importancia del financiamiento Fintech para el crecimiento de las micro y pequeñas empresas de la industria textil en el área metropolitana de Lima, desde el punto de vista de las empresas que conforman la muestra de la investigación se utilizó el paquete estadístico SPSS 26 para analizar los datos antes de mostrarlos en forma de figuras y tablas de frecuencia. Además, se utilizó la prueba de Chi-cuadrado para verificar la hipótesis.

De ser necesario, el presente trabajo se sometió a las consideraciones establecidas en la declaración de Helsinki (Barrios et al., 2016).

Resultados y discusiones

Para el abordaje de los resultados se entrevistaron a las 40 micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro textil que emplean como fuente de financiamiento la Fintech de forma separada, para lograr tal fin se recaudó información promedio de la encuesta realizada al personal de confianza de la misma (administradores, gerentes y directivos).

El cuestionario abordado contiene preguntas con suficiente idoneidad científica para poder dar respuesta a los objetivos de estudio. Acto seguido de su aplicación, se procede a utilizar el software estadístico SPSS para la tabulación descriptiva y análisis inferencial para la validación o demostración de las hipótesis planteadas.

Análisis descriptivo

Dimensión posicionamiento del mercado de la variable Financiamiento Fintech

En conformidad con la tipología de fuentes de financiamiento que utilizan las micro y pequeñas empresas del rubro textil, se conciliaron las siguientes respuestas:

Tabla 1

Análisis de las fuentes de financiamiento empleadas

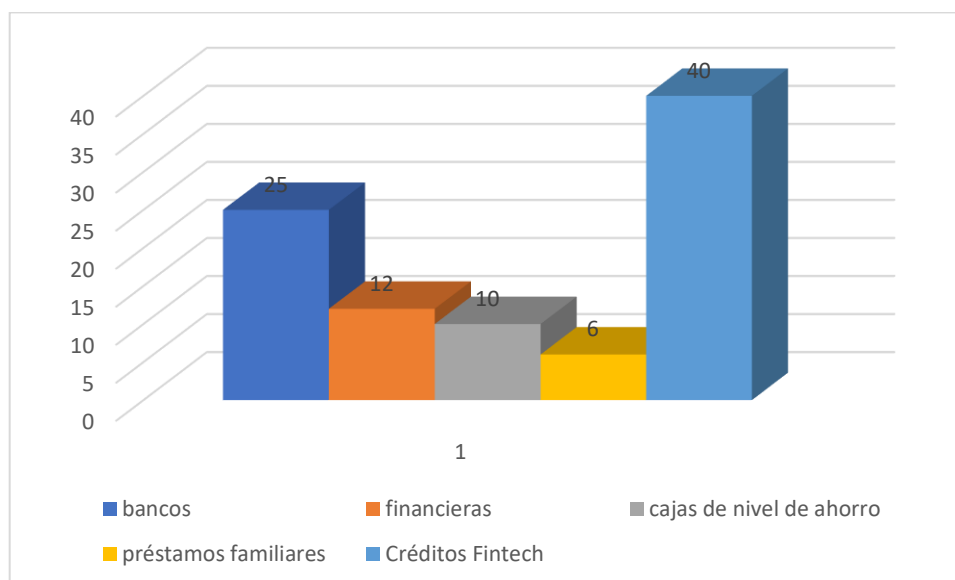
Fuentes	Frecuencia	Porcentaje	Casos Fav.
Bancos	25	27	62.5
Financieras	12	13	30
Cajas de nivel de ahorro	10	11	25
Préstamos familiares	6	6	15
Créditos Fintech	40	43	100
Total	93		

Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

Dentro del análisis de la dimensión del posicionamiento del mercado, se evidencia que el 100% de la muestra objeto de estudio (40 empresas) utilizan los créditos Fintech como fuente de financiamiento. Asimismo, se evidencia que 25 de ellas emplean los bancos como fuente (27%), 12 utilizan las financieras (13%), 10 utilizan las cajas de nivel de ahorro (11%) y 6 de las analizadas utilizan los préstamos familiares como fuente de financiamiento representando el 6% de los casos.

Figura 1

Fuentes de financiamiento



Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

Asimismo, se presentan los niveles descriptivos en cuanto al abordaje de las empresas Fintech como fuente de financiamiento de desarrollo dentro de las micro y pequeñas empresas del rubro textil y los créditos Fintech como fuentes de financiamiento ideales. En tal virtud, se presenta la tabla 2.

Tabla 2

Financiamiento de desarrollo e idealidad de financiamiento de las Fintech

Financiamiento de desarrollo		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Poco	4	10%
Regular	13	32.5%
Bastante	23	57.5%
total	40	100%
Idealidad de financiamiento de las Fintech		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Poco	2	5%
Regular	7	17.5%

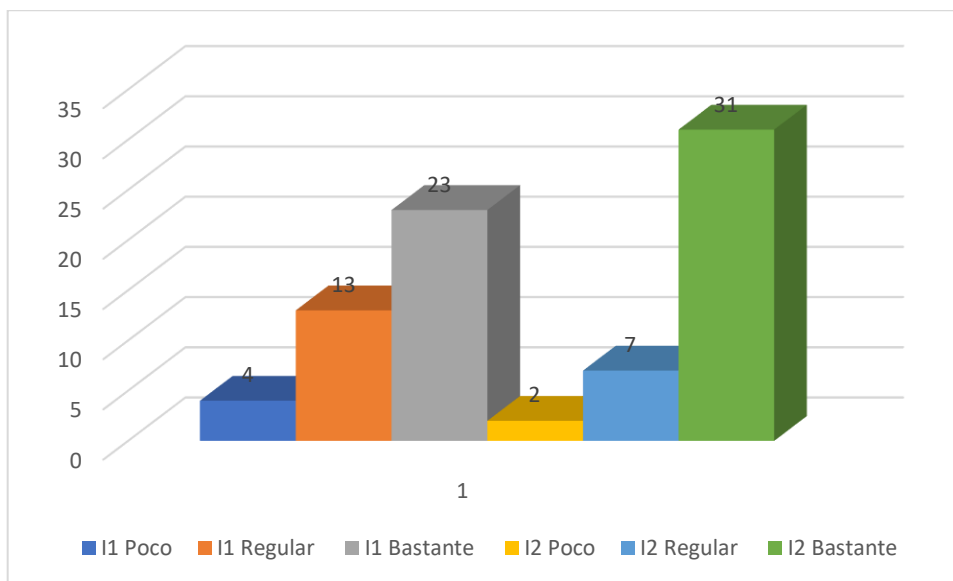
Bastante	31	77.5%
Total	40	100%

Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

En la tabla 2 se evidencia que el abordaje de las Fintech para el financiamiento del desarrollo empresarial 23 de las micro y pequeñas empresas analizadas (57.5%) utiliza en un nivel de envergadura (bastante) los créditos Fintech, asimismo 13 de las empresas (32.5%) lo utiliza en un nivel regular; y, 4 organizaciones (10%) los utiliza en poca medida. Asimismo, en cuanto a la idealidad de financiamiento de las Fintech; es decir, la perspectiva de las Fintech como ideales para el desarrollo financiero, 31 de las organizaciones (77.5%) se establecen en un nivel bastante de perspectiva, 7 en un nivel regular (17.5%) y 2 en un nivel poco (5%).

Figura 2

Financiamiento de desarrollo e idealidad de financiamiento de las Fintech



Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

Dimensión: Capacidad y accesibilidad de los créditos Fintech

Consecuentemente, se evidencia, cuáles son las principales inversiones de las micro y pequeñas empresas del sector textil que utilizan las Fintech como fuente de financiamiento, en tal virtud se tiene:

Tabla 3

Inversiones principales de los créditos Fintech

Fuentes	Frecuencia	Porcentaje	Casos Fav.
Mercancía	22	24%	55%



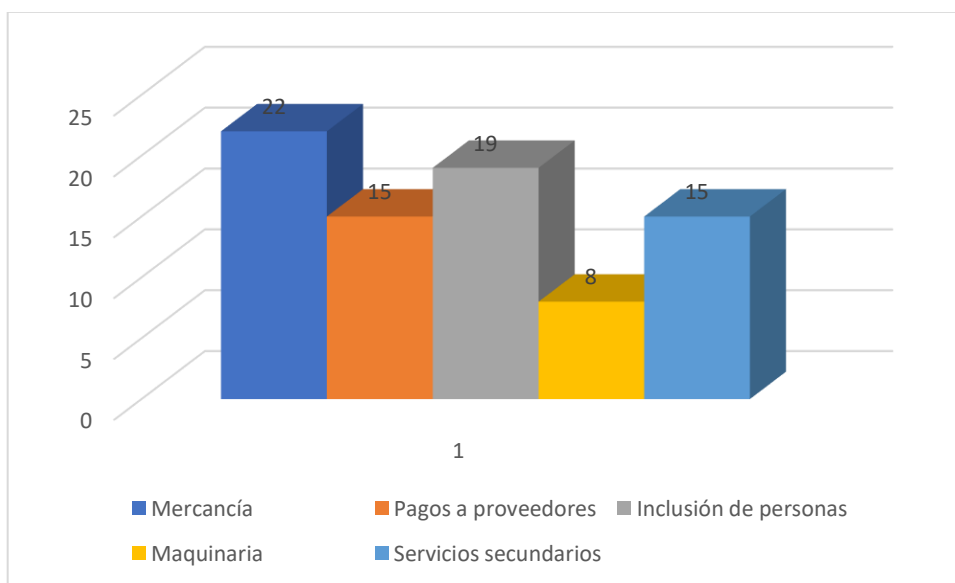
Pagos de proveedores	15	16%	37.5%
Inclusión de personal	19	20%	47.5%
Maquinarias	8	9%	20%
Servicios secundarios	15	16%	37.5%
Total	79		

Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

En conformidad con la tabla 3, se evidencia que, del grupo evaluado de micro y pequeñas empresas del rubro textil de Lima Metropolitana, 22 de ellas siendo la población predominante invierten en mercancía como principal foco luego de la adquisición de los créditos Fintech (24%), por su parte, 19 de estas organizaciones invierten en inclusión de personal a las distintas tareas dentro de la empresa (20%), 15 de ellas de forma igualitaria invierten en pagos a proveedores y servicios secundarios como mantenimiento de equipos (16%); y, 8 de las micro y pequeñas empresas analizadas invierten en maquinaria (9%).

Figura 3.

Inversiones principales de los créditos Fintech



Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

Consecuentemente, para el análisis de la dimensión se toma en consideración los parámetros de la contribución de las Fintech a las tareas organizativas y rapidez de liquidez y desembolso por parte de las Fintech, en tal virtud, se tiene:

Tabla 5

Contribución Fintech y rapidez de liquidez y desembolso

Contribución Fintech		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Poco	2	5%
Regular	6	15%
Bastante	32	80%
total	40	100%

Rapidez de liquidez y desembolso		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Poco	6	15%
Regular	12	30%
Bastante	22	55%
Total	40	100%

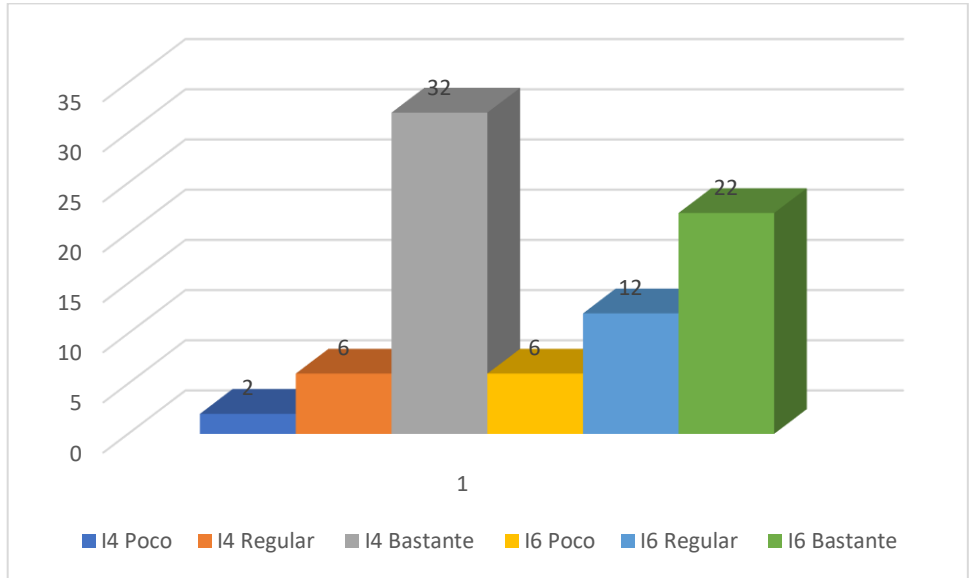
Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

En cuanto a la contribución de las Fintech dentro de las empresas analizadas, se evidencia que 32 de ellas representando el 80% de la muestra se establece en un nivel bastante en cuanto a la contribución del financiamiento para su desarrollo de tareas empresariales, por su parte, 6 se posicionan en una percepción regular de desarrollo (15%); y, 2 en un poco posicionamiento en cuanto a la contribución (5%).

Por su parte, en cuanto a la rapidez de liquidez y desembolso de las Fintech, 22 de las micro y pequeñas empresas establecen que es bastante rápido (55%), 12 mencionan que es regular el desembolso (30%); y, finalmente, 6 mencionan que la liquidez y rapidez es poca (15%).

Figura 4

Contribución Fintech y rapidez de liquidez y desembolso.



Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

Dimensión: Optimización de procesos internos

Finalmente, a nivel descriptivo, se evidencia dentro de esta dimensión lo concerniente al mejoramiento de los procesos de las micro y pequeñas empresas por medio del empleo de los créditos Fintech, la contribución de estas al rendimiento económico y crecimiento empresarial y la capacidad instalada.

Tabla 6

Mejoramiento de los procesos y contribución al rendimiento económico y crecimiento empresarial

Mejoramiento de los procesos		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Poco	2	5%
Regular	14	35%
Bastante	24	60%
total	40	100%
Contribución al rendimiento económico y crecimiento empresarial		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Poco	4	10%



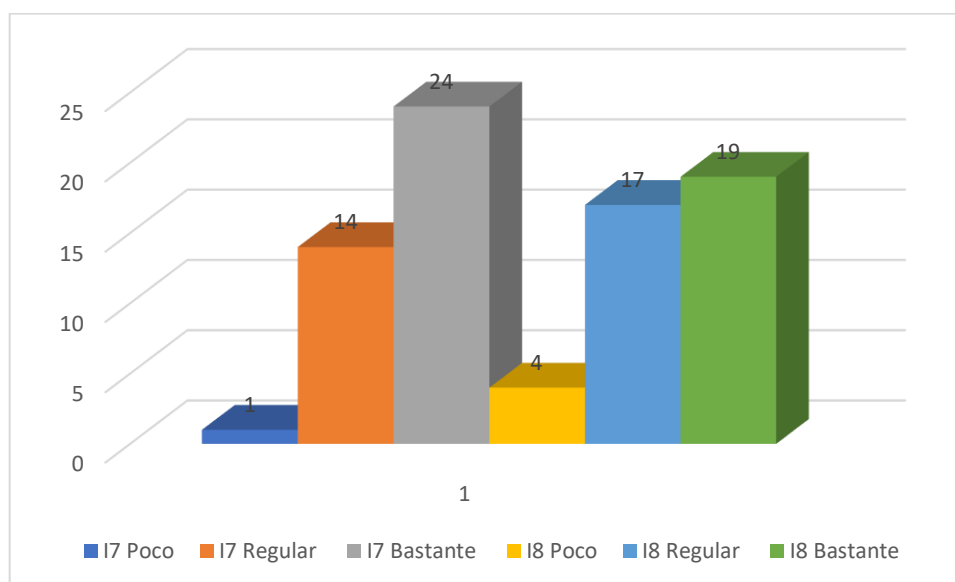
Regular	17	42.5%
Bastante	19	47.5%
Total	40	100%

Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

En concordancia con la optimización de los procesos empresariales internos, 24 de las empresas analizadas establecen que mejora los procesos internos en bastante envergadura (60%), por su parte, 14 de la muestra establecen que en un nivel regular contribuye al mejoramiento de los procesos (35%); y, 2 (5%) establece que mejora en poca cantidad. Asimismo, en cuanto a la contribución hacia el rendimiento económico y crecimiento empresarial, 19 de las micro y pequeñas empresas establecen que su contribución se posiciona en un nivel “bastante” (47.5%), 17 establecen que su contribución es regular (42.5%); y, finalmente, 4, establecen que su contribución es poca (10%).

Figura 5

Mejoramiento de los procesos y contribución al rendimiento económico y crecimiento empresarial



. Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

Tabla 7

Capacidad instalada

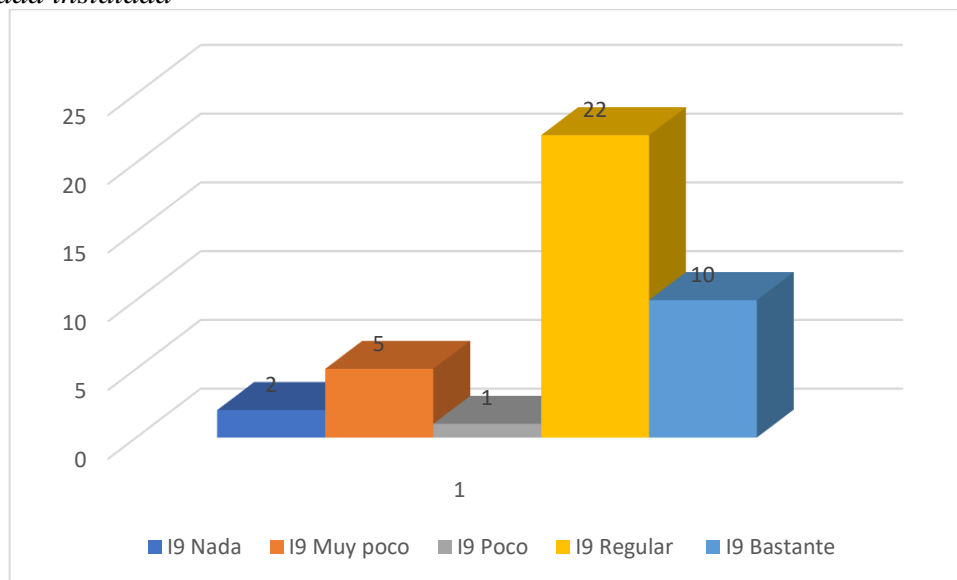
Capacidad instalada		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Nada	2	5%
Muy poco	5	12.5%

Poco	1	2.5%
Regular	22	55%
Bastante	10	25%
total	40	100%

Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

En concordancia con la capacidad instalada, que no es más que, cuanto es la contribución del empleo de las Fintech como fuente de financiamiento a las micro y pequeñas empresas en cuanto a la capacidad instalada, la población muestral se posiciona en un nivel regular de predominancia representado por 22 micro y pequeñas empresas del rubro textil (55%), por su parte, 10 de las mismas mencionan que contribuyen en gran medida (bastante) a la capacidad instalada empresarial (25%), asimismo 5 establecen que contribuye muy poco a la capacidad instalada (12.5%); y, finalmente, 2 de las empresas consideradas establecen que no contribuyen en nada a la capacidad instalada empresarial (5%).

Figura 6
Capacidad instalada



Fuente: elaboración propia del autor, 2022.

Análisis inferencial

Consecuentemente, luego del análisis descriptivo del instrumento, se procede a realizar un análisis inferencial para validar la hipótesis general de estudio dentro de las dimensiones descritas se encuentran valores respuesta relevantes para su contrastación y para ello, se emplea la prueba estadística Chi-Cuadrado. En tal sentido, se presenta la siguiente hipótesis:

HG: Las Fintech como fuente de financiamiento permite el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del rubro textil de Lima Metropolitana en la ejecución de sus actividades.

H0: Las Fintech como fuente de financiamiento no permite el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del rubro textil de Lima Metropolitana en la ejecución de sus actividades.

Tabla 8

Prueba estadística

Prueba de Chi cuadrado			
	Valor	Gl.	Significancia bilateral (Asintótica)
Chi cuadrado de Pearson	54.5	1	0.000
Razón de verosimilitud	4.3	1	0.000
Asociación lineal por lineal	1.3	1	0.011
Casos válidos	40		

Fuente: elaboración propia, salida del SPSS.

En la tabla anterior, se evidencia que el valor chi cuadrado toma un valor elevado alejado de cero ($X^2=54.5$), lo que indica que la hipótesis nula debe ser rechazada. Aunado a ello con una significancia bilateral asintótica se evidencia que $p= 0.000 \leq 0.005$ lo que indica que si existe una pertinencia a nivel de influencia o relación entre las variables de estudio. Finalmente, este análisis permite concluir que: las Fintech como fuente de financiamiento permite el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del rubro textil de Lima Metropolitana en la ejecución de sus actividades.

Aunque el sistema financiero ha funcionado bajo el mismo paradigma durante décadas, las cosas están cambiando debido a la proliferación de la tecnología digital, la mayor sofisticación de los usuarios de Internet y el desarrollo de innovaciones financieras.

En todo el mundo, las fintechs están causando un gran revuelo en los sectores de la banca y la inversión. Cuando se les preguntaba hace unos años si pensaban que alguna vez sería factible utilizar un teléfono móvil para conectarse rápida y fácilmente a Internet, pocas personas habrían respondido afirmativamente. Gracias a este avance tecnológico, han surgido nuevas innovaciones financieras que han alterado por completo el panorama del sector financiero. Ahora, la gente puede comprobar el estado de sus cuentas bancarias, tarjetas de crédito y otros métodos de pago desde cualquier parte del mundo. Las visitas al banco para las transacciones que antes eran necesarias en persona son ahora innecesarias.

Este avance en la tecnología financiera ha ayudado a personas de todo el mundo, pero los habitantes de América Latina no podrían estar más entusiasmados. Como forma de reducir el papeleo y agilizar la distribución de créditos, han surgido varias empresas nuevas que ofrecen a los clientes comprobaciones de crédito que no necesitan la presentación de ninguna documentación de apoyo. En América Latina, muchas pequeñas empresas carecen de acceso a fuentes fiables de capital y a herramientas modernas para gestionar su dinero.

Esto no es nada nuevo en el Perú, ya que las Fintech han provocado una revolución en la industria de los servicios financieros, impulsando a muchos bancos que antes eran sólo web para crear aplicaciones móviles para servir mejor a los clientes actuales y atraer a nuevos clientes. Su impacto puede verse en cada vez más facetas de la vida moderna, tanto personal como profesional. En una línea similar, estas empresas abogan por la inclusión financiera creando un nuevo escenario basado en las TIC que proporciona a las personas acceso a servicios y bienes superiores, impulsando así el crecimiento económico y creando seguridad monetaria.

Conclusiones

Las micro y pequeñas empresas textiles del área metropolitana de Lima han encontrado en los préstamos Fintech una fuente de financiamiento cada vez más importante porque les permite agilizar sus operaciones y gestionar mejor sus finanzas para la adquisición de materias primas y la contratación de trabajadores calificados, reduciendo así el riesgo de retrasos en la producción y potenciando su capacidad de competir. Cuando las organizaciones del sector estudiado contratan préstamos Fintech para financiar sus operaciones, pueden crecer de forma constante y metódica aumentando su capacidad operativa (mediante, por ejemplo, la compra de maquinaria) y basando sus planes de futuro en un flujo de capital constante. Esto les da la oportunidad de entrar en mercados antes inalcanzables, lo que a su vez aumenta sus ingresos y su popularidad. En tal virtud, el presente estudio permitió evidenciar que Las Fintech como fuente de financiamiento permite el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del rubro textil de Lima Metropolitana en la ejecución de sus actividades.

Referencias bibliográficas

- Adam, J., Munar, L., Romero, G. & Gordillo, A. (2022). Nuevos desafíos de las pequeñas y medianas empresas en tiempos de pandemia. *Tecnura*, 26(72), 185-208. <https://doi.org/10.14483/22487638.17879>
- Alva, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. *Economía y Desarrollo*, 158(2), 79-90. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842017000200005
- Arango, J. (2017). Identificación de factores esenciales para la creación de empresas desde la perspectiva del emprendedor: el caso del Parque del Emprendimiento. *Cuadernos*

de Contabilidad, 18(45). <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n45/0123-1472-cuco-18-45-00110.pdf>

- Arguello, C., Barba, D., Andrade, C. & Esparza, F. (2021). Tecnología empresarial para las pymes, estrategia de competitividad en épocas de pandemia. *Revista de Investigación y Negocios*, 14(24), 110-127. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i24.152>
- Avendaño, O. (2018). Los retos de la banca digital en México. *Revista IUS*, 12(41). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472018000100087
- Barrios, I., Anido, V. & Morera, M. (2016). Declaración de Helsinki: cambios y exégesis. *Revista Cubana de Salud Pública*, 42(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662016000100014
- Borbón, I., Castillo, R. & Rodríguez, M. (2019). Determinantes institucionales del crédito bancario: ¿importa el nivel de desarrollo? *Innovar*, 29(73), 69-84. <https://doi.org/10.15446/innovar.v29n73.78012>
- Cardona, D. (2021). Revisión bibliográfica sobre inclusión financiera como estrategia de recuperación y de crecimiento Fintech. *Semestre Económico*, 23(55), 183-203. <https://doi.org/10.22395/seec.v23n55a8>
- Cedeño, A., Asencio, L. & Villegas, M. (2019). Las estrategias gerenciales como base fundamental para la administración en los negocios. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 191-200. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000500191
- Espinoza, R. J., Leiva, Z. D., Quiroz, T., & Romero-Carazas, R. . (2022). TRATADO DE LIBRE COMERCIO Y EXPORTACIÓN DE ABRIGOS DE ALPACA DE PERÚ A CANADÁ, 2019. *Sinergias Educativas*. <https://doi.org/10.37954/se.vi.199>
- Fontalvo, T., De la Hoz, E. & Morelos, J. (2018). La productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizacional. *Dimensión Empresarial*, 16(1), 47-60. <https://doi.org/10.15665/dem.v16i1.1375>
- García, D. (2019). Crowdfunding, transformación digital financiera y jurídica en México. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 8(2),139-155. <http://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2019.52179>
- Goldenberg, J. (2019). Herramientas del big data y del fintech para prevenir y aliviar el sobreendeudamiento del consumidor: una propuesta. *Revista Chilena de derechos y tecnología*, 8(2), 5-32. <http://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2019.54051>
- Gómez, G., Navarro, J., Marchena, L. (2022). El crowdlending como alternativa de financiamiento para las mipymes del Perú. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), 161-177. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.10>
- Hidalgo, M., Rios, K., Suárez, G., Toledo, A. & Villanueva, R. (2021). *Plan de negocios para una empresa Fintech de financiamiento para Mypes en Lima Metropolitana*. [Tesis de grado, Universidad ESAN BUSSINESS, Perú]. https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2155/2021_MATP_18-2_02_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Laitón, S. & López, J. (2018). Estado del arte sobre problemáticas financieras en pymes: estudio para América Latina. *Revista Esc. Adm. Neg.*, (85), 163-179. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n85/0120-8160-ean-85-00163.pdf>
- León, J. (2019). Emprendimiento empresarial y crecimiento económico en Perú. *Estudios Gerenciales*, 35(153), 429-439. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.153.3331>
- Martínez, E., Briano, G., Castaño, E. & Sánchez, A. (2021). El uso de las Fintech por la generación Millennial en México. *Podium*, (39), 155-172. <https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.10>
- Monroy, D. (2022). Fintech 3.0 en países de América Latina: Retos y Recomendaciones. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 11(1), 147-176. <http://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2022.61334>
- Olivar, N. (2020). El proceso de posicionamiento en el marketing: pasos y etapas. *Revista Academia & Negocio*, 7(1), 55-64. <https://www.redalyc.org/journal/5608/560865631007/html/>
- Otzen, T. & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población de estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-231. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Rojas, F. (2022). *Las empresas Fintech como fuente alternativa de financiación para las Mypes del sector textil confecciones del distrito de San Luis en los años 2018- 2019*. [Tesis de grado, Universidad Mayor de San Marcos, Perú]. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/17602/Rojas_mf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Samanamud, E. (2022). Una revisión para el Perú de la relación entre el desempleo, el subempleo y la producción. *Revista Finanzas y Política Económica*, 13(2), 475-511. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v13.n2.2021.8>
- Vargas, A. (2021). La banca digital: Innovación tecnológica en la inclusión financiera en el Perú. *Industrial DATA*, 24(2), 99-120. <http://dx.doi.org/10.15381/idata.v24i2.20351>
- Zapata, M. (2019). *Comportamiento del sistema de pagos digitales entre Colombia y China, desde la perspectiva de la promoción a la inclusión financiera*. [Tesis de maestría, Universidad EAFIT, Colombia]. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/14589/Marcela_ZapataRold%c3%a1n_2019.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse a los autores a los correos electrónicos proporcionados.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso

El Networking y su aplicación a las Relaciones Públicas

Networking and its application to Public Relations

*Emmanuel Alemán Ariza*¹

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, Panamá

emmanuel.aleman@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0001-5565-1482>

Recibido: 23/10/2022

Aceptado: 10/12/2022

RESUMEN

El networking trae muchos beneficios para quien lo aplica, debido a que su objetivo es el de crear una red de contactos que permita entablar relaciones especialmente de negocios, beneficiándose en lo laboral, empresarial, y, sobre todo, en lo personal. Pero seguramente queda la gran incógnita de cómo podría ser el Networking un medio de vínculo para la disciplina de las Relaciones Públicas y es precisamente esta interrogante, a la que se le busca dar respuesta. En este artículo se pretende, evidenciar la manera de cómo aplicar el Networking a las Relaciones Públicas puesto que en los últimos años y especialmente durante la pandemia del COVID 19, este concepto ha cobrado mucha relevancia. Para la recolección de datos se empleó el estudio explicativo, el motivo es el poder evidenciar que esta estrategia puede ser ventajosa para las relaciones públicas, si se sabe implementar, y, sobre todo, por la relación que guardan entre sí. También se presentarán citas bibliográficas para dar apoyo a la investigación, con el objetivo de dar veracidad a nuestro estudio.

Palabras clave: Networking, aplicación, Relaciones Públicas.

ABSTRACT

Networking brings many benefits to those who apply it, because its objective is to create a network of contacts that allows establishing relationships, especially business relationships, benefiting in the workplace, business, and, above all, personally. But surely the great unknown remains of how

¹ Licenciado en Relaciones Públicas, con Maestría en Relaciones Públicas Corporativas y Docente de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá en las Carreras de Relaciones Públicas y Evento y Protocolo Corporativo. Líneas de investigación van enfocadas al área de las Relaciones Públicas, Marketing, Tics y Eventos Corporativo que son las áreas en las cuales dicta asignaturas en la escuela de Comunicación Corporativa de la Facultad de Comunicación Social.

Networking could be a means of linking the discipline of Public Relations and it is precisely this question, which is sought to provide an answer. This article aims to show how to apply Networking to Public Relations since in recent years and especially during the Covid 19 pandemic, this concept has become very relevant. For the data collection, the explanatory study was used, the reason is to be able to show that this strategy can be advantageous for public relations, if it is known how to implement it, and, above all, because of the relationship they have with each other. Bibliographical citations will also be presented to support the research, with the aim of giving our study veracity.

Keywords: Networking, application, Public Relations.

Introducción

Para comenzar, el networking es un buen medio de vínculo para establecer relaciones, pero, así como cualquier otra actividad, ya sea que lo apliques bien o mal, el hacerlo de la manera correcta podría tener muchas ventajas, debido a que no solamente se conocería a más personas, sino que también tendrías la posibilidad de crear relaciones profesionales que sean sólidas y que den un gran impulso a tu negocio.

Las relaciones públicas para una empresa son importantes debido a que están formadas por un conjunto de acciones que tienen la finalidad primordial de generar, y, sobre todo, mantener la mejor imagen de la organización, ya sea ante el público que viene de afuera, es decir, los clientes, inversores y demás, como también a su equipo de trabajo interno.

Las relaciones públicas son entendidas como la acción de acceder a una lista de contactos al cual se le envía el mismo mensaje, pero actualmente está siendo sustituida por el networking content el cual es un término que hace referencia a la manera en el que un emprendedor puede crear contenido en el que vaya incluido menciones a las personas con las que se busca establecer una relación, ya sea como resultado del intercambio de sus ideas, la conversación con la persona que elija para profundizar, como ocurre a menudo, por ejemplo, cuando se revisa un hilo de Twitter en un boletín o con una invitación directa a un Pódcast

En definitiva, utilizar el networking como medio de vínculo traería grandes beneficios en cuanto a lo laboral, gracias a que incrementaría las ventas del producto, para lograr tener mejores seguidores gracias a una buena cartera de clientes, con la finalidad de poder llegar al público meta de la manera más fácil

Existe un motivo por el cual el networking es una técnica primordial en tu empresa, y la razón es que sirve de mucha ayuda para la creación de relaciones profesionales a largo plazo, así es como se consigue tener un buen nivel de vinculación comercial establecida en tus clientes

potenciales. De esa manera, se puede establecer una agenda de personas que se relacionen con los intereses empresariales. Pero, el crear y tener una buena administración de contactos, se requiere de mucho esfuerzo, y tiene su tiempo. Luego de haberla creado se podrá obtener aquellos beneficios que lo representa.

Hay una relación entre el networking y las relaciones públicas debido a que las dos están en busca de ocasionar que la compañía sea notoria y que transmita una buena imagen de sí misma.

Networking y Relaciones Públicas

La historia de la etimología de la palabra networking nos dice que se empezó a utilizar el término con el sentido de interconectar personas y grupos de gente en el año 1947, según el historiador, autor y periodista Douglas Harper, fundador del Online Etymology Dictionary.

Según Harper, la palabra networking tiene el significado de una red de hilos o cables desde 1560, se refiere a una red de canales, ríos y ferrocarriles desde 1839 y a un sistema de radiodifusión de varios transmisores desde 1914. En lo que se refiere a ordenadores, este vocablo se emplea desde 1972 y respecto al verbo, es decir, la acción de personas haciendo networking, los testimonios son de 1980. (Coelho, 2022)

Se tiene registro de su uso desde 1947 y aunque existen muchas adaptaciones de su significado, en el mundo de los negocios personas como Gwen Rhys, directora y fundadora de Networking Culture Limited lo define como: *“La creación de redes de contacto y negocios es el proceso de construcción, cuidado y aprovechamiento de las relaciones con el fin de maximizar las oportunidades para usted y para otros.”* (Levework, 2022).

El networking puede ser utilizado también con el objetivo de encontrar oportunidades de negocio, por lo que no está sólo destinado a personas en búsqueda de empleo, sino también a empresarios, directivos y emprendedores. Así lo define Adam J. Kovitz, presidente de The National Networker Companies: *“un intercambio de información entre un individuo y otro con el propósito de hacer negocios, buscar empleo o adquirir conocimientos de alguna especialidad”*. (InfoMABs, 2021).

Una de las definiciones que mejor abarca el significado real de networking es la propuesta por Antoni Porras: *“Networking es el arte de crear, gestionar, ampliar y mantener tu red de contactos, vía online (virtual: redes sociales, profesionales, IM, blog, web, etc.) y offline (presencial: eventos, desayunos, comidas y cenas de negocios, encuentros, etc.) de manera sistemática para que ambas partes ganen, se generen sinergias, colaboraciones, negocios, etc., consolidando relaciones duraderas y de confianza”*. (Arvelo, 2018)

El networking se traduce como "trabajar en red". El concepto proviene de la informática, donde un "network" es una red formada por un conjunto de ordenadores y programas de gestión que se conectan para compartir recursos e intercambiar información. Del mismo modo, en el terreno humano, el networking es el intercambio de conocimiento, entre dos o más personas, que facilita los procesos de trabajo. (Barcelona Activa, 2010)

Según Lopez Ayala et al, (2016) el networking entra en las empresas para mejorar el trabajo, las compañías utilizan estas herramientas para compartir información y algunas otras lo han dejado fuera de ellas pensando que distaren a los empleados ignorando que muchos de ellos las traen ya en sus dispositivos móviles. Hay un principio en las redes sociales y en general en internet, son procesos auto-gestionables. (p. 122)

Desde el punto de vista de Caguana Baquerizo et al, (2019) sobre este tema el networking trabaja en la composición de una RED, a nuestro modo de ver, es ineludible mencionar lo que se quiere transmitir como empresa. En el caso que se lo omita pues no hay otra manera de que la comunidad se entere de lo que se ofrece en el mercado y consecuentemente lo contacten, sin llegar a un proceso de aproximación, por ello los contactos son las bases por las cuales se debe trabajar. Al fin y al cabo, la red se convertirá en el canal, ya que la información se reparte a más personas de su entorno, creándose la dinámica del Networking, que se estará desarrollando de forma activa. (p. 235)

Uno de los objetivos del networking es que conozcas a personas que se conviertan en tus amigos y, de ser posible, que sean influyentes. No se trata de que vayas a eventos en busca de trabajo, a vender o a buscar clientes; hay que hacerlo con sutileza, discreción y, sobre todo, respeto. Debes hacerlo con tu propio estilo, fundamentado en la no agresividad, de forma que puedas crear relaciones verdaderas, duraderas, basadas en la confianza, crear experiencias enriquecedoras que, directa o indirectamente, te sorprendan intercambiando conocimientos, contactos y posibles negocios contigo. (Arvelo, 2018)

The Public Relations News dio una de las primeras definiciones y John Marston (1988) la hace suya también, pero le agrega el término "comunicación". Esta clara definición recalca la responsabilidad social de las relaciones públicas y la importancia de una acción planificada para ganar el respeto y confianza del público.

“Las relaciones públicas constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público”. (Marston, 1988, p. 12).

El doctor Rex Harlow (1981), un veterano profesional de las relaciones públicas de San Francisco, California, examinó 472 definiciones diferentes sobre la práctica de esta actividad, para concluir con la siguiente definición:

“Las relaciones públicas son una función distintiva de la dirección que ayuda a establecer y mantener líneas mutuas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos; implica la dirección de problemas o asuntos; ayuda a la dirección de mantenerse informada y a responder ante la opinión pública; define y resalta la responsabilidad de la dirección para servir al interés del público; ayuda a la dirección a mantenerse al tanto de los cambios efectivos; sirviendo como un sistema inicial de aviso para ayudar a anticipar tendencias, y utiliza la investigación y técnicas sanas de comunicación como instrumentos principales. (1981, p. 36).

Black (1994) define las relaciones públicas de forma breve pero completa: "la práctica de las relaciones públicas es el arte y la ciencia de conseguir la armonía con el entorno por medio de la comprensión mutua, basada en la verdad y en una información completa" (1994, p. 54).

Asimismo, destaca la definición de Scott Cutlip y Allen Center (2001, p. 44) en su obra *Effective Public Relations*: “Las relaciones públicas son el esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la ejecución responsable, basados en una comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactorias”. Este concepto describe el proceso como un esfuerzo planeado, que utiliza la comunicación en dos direcciones para provocar el resultado final de influir en la opinión, conciben al buen carácter y a la ejecución responsable como elementos esenciales para influenciar la opinión pública.

Motivación para la investigación

Dado que el networking es una buena técnica para establecer relaciones, el hecho de que lo sea lo convierte en un buen vínculo para las relaciones públicas comunitaria y comunicativa, si lo que se quiere es que tu negocio destaque, la relación que tienen ambas puede ser beneficiosa para impulsar la imagen corporativa de tu empresa.

Básicamente cuando se refiere a el networking, hablamos de la adquisición de beneficios gracias al haber tenido una buena relación con una persona o incluso por haber negociado exitosamente. Si lo que se busca es incrementar las oportunidades de tu negocio, el ampliar tu red

de contactos vendría siendo una excelente opción. Es en eso en lo que se basa esta técnica, en crear relaciones con personas o entidades que tengan prácticamente el mismo interés.

Siendo que las relaciones públicas son esenciales en una empresa, debido a que son el proceso por el cual una empresa se comunica estratégicamente construyendo relaciones beneficiosas entre las organizaciones y el público, el networking podría ser una buena herramienta debido a que su objetivo es básicamente similar.

Una buena aplicación de Networking en Relaciones Públicas te generaría (Escobar, 2018)

- Ganar recomendaciones confiables y efectivas sobre los productos o servicios, lo que es similar a la publicidad hecha por el grupo de contacto en el cual te relacionas profesionalmente.
- Da más oportunidades de encontrar trabajo o aumentar tus ventas.
- Evitar agregar contactos se involucre con el fin principal de tu producto o servicio a menos que este sirva como enlace publicitario a las publicaciones en la web o redes sociales.
- Ayuda a interrelacionarse y poner en marcha nuevas experiencias basadas en hechos vividos por otras organizaciones.
- Aumentan los ingresos y produces más.

Relaciones públicas en la empresa: networking (Avance comunicación, 2020)

Seguramente en más de una ocasión se ha escuchado sobre el *networking*, práctica que consiste en crear una red de contactos que te permita establecer relaciones de negocios con el fin de obtener ventajas laborales o empresariales.

El motivo por el que esta técnica es tan importante es porque sirve de gran ayuda para crear relaciones profesionales a largo plazo, consiguiendo así establecer un nivel de vinculación comercial mucho mayor con los posibles clientes.

De esta forma, se puede crear una agenda de personas que estén relacionadas con los intereses empresariales. Sin embargo, crear y administrar contactos de la empresa requerirá de bastante tiempo y esfuerzo. Una vez que esté creada se podrá obtener los beneficios que representa.

Algunas de las ventajas principales que se puede conseguir a través del *networking* son las siguientes:

- Genera oportunidades laborales.

- Se gana recomendaciones efectivas y confiables sobre tus servicios o productos.
- Se aumenta las ventas, los ingresos y la producción.
- Ayuda a relacionarse y a generar nuevas experiencias.

Estrategia que ayuda a las relaciones públicas

- **Participar en eventos de Networking del sector.** El Networking se ha convertido en una de las últimas tendencias de los últimos años en el mundo empresarial. Por ello la asistencia a eventos del sector es fundamental, sobre todo si nuestro negocio no es conocido en el sector. La presencia y participación en este tipo de eventos nos puede abrir las puertas a conocer a muchas personas en un entorno relajado que favorece la creación de conexiones y sinergias. Aquí la clave está en identificar los eventos que pueden ser de mayor interés para nosotros ya sea por su temática o por los asistentes/ponentes confirmados. (Cicero, 2016)
- **Hacer networking.** Una base de datos no se construye sola. Para que sea sólida y útil se debe dar a conocer y relacionarse con posibles aliados. Estas son algunas formas de comenzar a ganar visibilidad: (Paola, 2022)
 - Asistir a eventos para emprendedores.
 - Participar en especiales, foros o conferencias de un área de experticia. (Principio de oportunidad)
 - Hacer alianzas con tus pares.
 - Optimizar las redes sociales.
 - Crear contenido de valor, etc.

Construir una red de contactos toma tiempo y requiere de mucha paciencia, pero a medida que se vaya creciendo las posibilidades de proyección pública aumentarán.

El networking como parte de la estrategia empresarial

En networking la planificación estratégica es igual a resultados.

Algunos elementos útiles para ser considerados y que ayudan en la estrategia de networking son: (Biblioteca digital)

1. Pensar cómo se puede hacer para ayudar a otros sin que pidan ayuda,
2. Encontrar formas de presentar amigos o conocidos que entre ellos se desconocen y que podrían beneficiarse unos de otros.
3. Hacer inventario de la propia red de contactos y organízala.
4. Identificar y recolectar datos de aquellos contactos que sería un gusto conocer.
5. Investigar antes de conocer o presentarse ante una persona.
6. Inscribirse en organizaciones profesionales relacionadas con el plan de networking.
7. Aprender sobre el arte de escuchar al otro sin interrumpir y a formular preguntas interesantes.
8. Realizar siempre un seguimiento posterior al primer contacto.

Tipos de networking

Existen tres tipos de networking (Coworkingfy, 2022):

1. **Personal:** La red personal tiene el objetivo de crear puntos de contactos personales para fomentar tu desarrollo tanto personal como profesional. Así, te harás de referencias para contactos útiles. Es el trampolín para la creación de tu propia red estratégica, de ahí su importancia.
2. **Operativo:** La intención de esta red de contactos profesionales es lograr que el trabajo que realices sea de una manera eficiente, manteniendo las capacidades y funciones del grupo. Se basa fundamentalmente en la construcción de buenas relaciones de trabajo.
3. **Estratégico:** Está encaminada a determinar cuáles son tus prioridades, desafíos futuros y conseguir el respaldo de otros grupos de interés.

Como realizar acciones de networking (Comunicagenia, 2018)

Como se viene detallando, el networking suele ser señalado como el tarjeteo tradicional donde dos profesionales intercambiaban datos de su actividad con el fin de desarrollar una beneficiosa red de contactos. La profesionalización de la actividad del networking a través de convenciones o eventos, lleva a replantear la forma de captación de contactos; debido en gran parte a la existencia de actividades dirigidas exclusivamente al networking.

Se hace fundamental disponer de buenas habilidades sociales, y sobre todo mucha confianza en uno mismo y en las propias habilidades a la hora de contactar con otros profesionales. No se debe tener miedo a compartir experiencias con otras personas que podrían llegar a ser colaboradores potenciales de nuestra empresa.

El primer paso consiste en conocer toda actividad de networking e inscribirse en ellas a través de instituciones públicas o bien a título particular como emprendedor. Lo siguiente depende de tu motivación por dar a conocer tu trabajo a todos los asistentes.

Se puede decir que el networking aporta 5 beneficios: (Figueroa, 2022)

1. **Capital social:** El networking es la red de contactos interrelacionados dentro de una organización. Tener mayor capital social se resume en el valor que podemos aportar a los demás a través de varios factores: la visibilidad (en el caso del networking actual, en redes sociales), las conexiones mismas y los avances que puedas lograr en cuanto a desafíos profesionales.
2. **Capital intelectual:** Es producto del conocimiento que circula en las redes de networking. Acrecentar el capital intelectual ya sea individualmente o el de una empresa en general implica aumentar la calidad de las relaciones dentro y fuera de la empresa (es decir, con colegas y clientes).
3. **Cooperación interna y entre áreas:** Cuando hablamos de “cooperación” nos referimos a la colaboración entre tareas dentro del esquema organizacional de una empresa. La puesta en común de desafíos, logros y dudas a través del networking puede facilitar el funcionamiento de una organización.
4. **Relaciones duraderas:** Todo lo que tenga que ver con fortalecer la comunicación entre colegas permitirá la circulación de nuevas ideas y propuestas. Hay que tener en cuenta dos tipos de relaciones: las emocionales y las enfocadas en objetivos (estrictamente laborales).

Guía para realizar el mejor networking

Son muchos los manuales centrados en explicar cómo se debe hacer networking y cuáles son las claves para el éxito. Aunque son numerosas las recomendaciones que se pueden encontrar, nosotros recogemos los consejos que propone el “Decálogo Marqueze Telecom, la guía para realizar el mejor networking” (Márquez, 2006)

1. Establecer una estrategia personal. La red de contactos debe basarse en una estrategia personalizada y unos objetivos concretos.

2. Seleccionar la red(es) más adecuada(s). Existen muchas redes sociales, pero se deben escoger aquella(s) que se ajuste(n) más a nuestras necesidades y expectativas. Se recomienda un promedio de 2 ó 3.
3. No pagar sin valorar. Las redes no deberían contemplar peajes que, además, pueden restar valor y frenar su crecimiento.
4. No fomentar agrupaciones elitistas. No todos los contactos son iguales, pero todos son importantes. La esencia del mundo Web 2.0 es la apertura de las relaciones sociales, sin jerarquías ni discriminaciones. Todo el mundo aporta valor.
5. Ser sincero en la presentación de nuestros datos. En el mismo instante en que se falsean los datos, la red pierde su objetivo y razón de ser. Hay que tener muy en cuenta lo importante que es disponer de fotografía.
6. Actualizar el contenido del perfil. Es un elemento clave que el resto de la comunidad pueda estar al día de nuestras inquietudes, proyectos, aptitudes, iniciativas y expectativas.
7. Respetar la privacidad. Se debe tratar de encontrar el equilibrio entre la inteligencia colectiva y el riesgo de revelar ciertos datos personales.
8. Involucrarse y ser proactivo. Participar activamente en las iniciativas que surjan en el seno de la comunidad, e incluso, proponer las propias.
9. No agrupar contactos sin criterio. El networking no es una competición por conseguir contactos.
10. Cultivar los contactos. Es tan importante construir la red como mantenerla adecuadamente. Se potenciará el abanico de oportunidades gracias a la retroalimentación de la propia red.

El networking no es, y nunca debe ser

Ahora bien, tan importante como saber qué hacer es también estar al tanto de lo que no se debe hacer. De acuerdo con Calvo y Rojas (2009, pág. 23), el networking no es, y nunca debe ser:

- Vender.
- Utilizar a los demás para un interés personal.
- Presionar o manipular a los demás para que hagan lo que queramos.
- Poner a amigos, vecinos, socios o conocidos en general en un aprieto.
- Molestar a los demás con nuestros negocios.

¿Cuáles son los principales métodos para hacer Networking?

Existen distintos modos de generar momentos donde se realice networking: (Barahona)

- Congresos.

- Jornadas.
- Cursos, talleres, etc.
- Conferencias.
- Presentaciones (de marca, producto, etc).
- Redes sociales profesionales, como LinkedIn.

La Importancia de las Redes de Contactos (Networking)

La actividad de networking fue, es y será la actividad más importante en el mundo laboral y de los negocios porque permite viabilizar proyectos o decisiones basadas en el intercambio de conocimiento y referencias producto de las relaciones sociales con otras personas.

Las redes de contacto que forman el networking personal de cada profesional pueden ayudarnos a encontrar un nuevo empleo, una oportunidad de inversión, un conocimiento que no tenemos o simplemente, la recomendación de un médico o de un especialista técnico para resolver un problema. El crecimiento de las redes sociales en Internet ayuda mucho para llegar a personas amigas o conocidas de nuestros contactos que nos pueden permitir lograr el objetivo que nos proponamos; pero Internet no reemplaza el contacto personal y presencial que construye relaciones basadas en la confianza. (Molgaray).

El networking es de gran importancia porque establece redes profesionales de contactos que ayudan a las personas a dar a conocer sus habilidades sociales, escuchar y aprender de los demás, conectar con posibles colaboradores, socios o inversores, recibir consejos de personas que han alcanzado una gran trayectoria en el mundo comercial, y lo más importante, conseguir clientes potenciales interesados en comprar sus productos y/o servicios. (Medina, 2018).

Por otro lado, el networking te permite poner en práctica tu inteligencia emocional dentro de escenarios competitivos y de gran compromiso laboral. Esta habilidad que involucra el autocontrol de emociones y el entablar relaciones empáticas con terceros, marca una amplia diferencia entre las personas que consiguen buenos trabajos y oportunidades profesionales, y el resto de las personas que no lo logran. (Medina, 2018)

Beneficios del networking para jóvenes profesionales y estudiantes

El networking para estudiantes y jóvenes que justo están accediendo al mercado laboral ofrece numerosas ventajas, entre las que destacan (Univers, 2020):

- Recibir consejos de otras personas que estudian contigo o incluso de quienes ya se han graduado. Esto resulta muy útil para conocer el mercado laboral al que quieres acceder.
- Conseguir referencias. ¿Sabías que se estima que un 40% de los contratos se consiguen gracias a una referencia interna? Así lo indica un artículo de Undercover Recruiter (Hebberd) lo que demuestra que el networking multiplica las posibilidades de lograr la contratación.
- Acceder a ofertas de empleo. Según Business Insider (Belli, 2017), entre el 70% y el 85% de ofertas de trabajo ni siquiera se publican en ninguna plataforma. Esto significa que el networking, tener el contacto adecuado y estar presente en el momento idóneo, funciona.

El networking aporta beneficios al 52% de los que participan en él

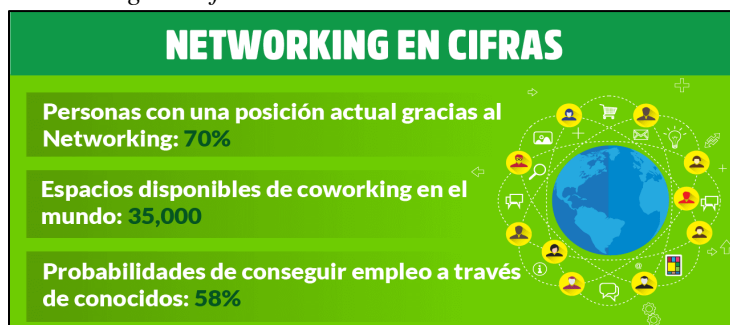
El networking es un evento eficaz a la hora de aumentar la red de contactos de sus participantes. Se trata de reuniones, después del trabajo, entre emprendedores, autónomos, directivos e inversores, con el fin de buscar nuevas oportunidades de negocio, financiación o captar nuevos clientes.

Un estudio reciente, realizado por El Club del Emprendimiento en el año 2015, reveló que el 52% de los profesionales encuestados ha conseguido cerrar algún tipo de acuerdo beneficioso para su negocio en un evento de Networking. Según el presidente de El Club del Emprendimiento, Efrén Miranda, la diferencia para alcanzar el éxito radica en preparar una estrategia comunicativa previa. (CincoDías, 2015)

El Networking es importante porque no solo te hace más visible, sino que también te permite contar con conexiones valiosas que pueden ayudarte en un futuro. Ya sea que te faciliten la conexión con otras figuras importantes o puedan financiar tus proyectos. (Kalau, 2020).

A continuación datos relevantes sobre la importancia de hacer uso del Networking:

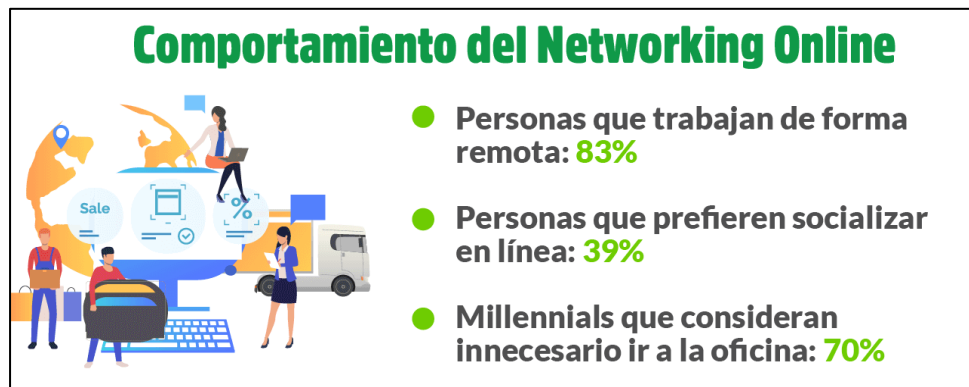
Figura 1
Networking en Cifras



Fuentes: Quartz, 2013/ Forbes, 2015/ All Work, 2019/ Money U.S. News, 2014/ Statista, 2020/ Great Business Shoots/ Virgin, 2014. (Kalau, 2020)

Figura 2

Comportamiento del Networking Online



Fuentes: Quartz, 2013/ Forbes, 2015/ All Work,2019/ Money U.S. News, 2014/ Statista, 2020/ Great Business Shoots/ Virgin, 2014. (Kalau, 2020)

Figura 3

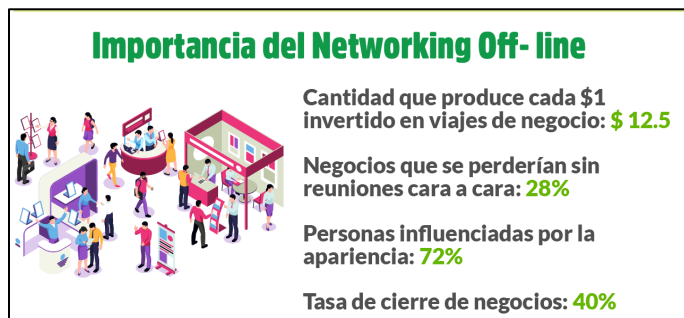
Países líderes según el número de usuarios en LinkedIn



Fuentes: Quartz, 2013/ Forbes, 2015/ All Work,2019/ Money U.S. News, 2014/ Statista, 2020/ Great Business Shoots/ Virgin, 2014. (Kalau, 2020)

Figura 4

Importancia del Networking Off-line



Fuentes: Quartz, 2013/ Forbes, 2015/ All Work,2019/ Money U.S. News, 2014/ Statista, 2020/ Great Business Shoots/ Virgin, 2014. (Kalau, 2020)

Conclusiones

Concluyendo, el networking es un conjunto de acciones que involucran la negociación, la inteligencia emocional y el desarrollo de habilidades. Así mismo, es una estrategia que brinda múltiples beneficios a los profesionistas, emprendedores y líderes de negocios que desean incrementar sus oportunidades en el mercado. (Loya, 2021).

En el caso de las relaciones públicas, el implementar el networking en su plan estratégico para impulsar, ya sea el negocio, un producto o la imagen, es una buena idea, el ampliar la red de contactos y cultivar una relación con ellos, debe ser la principal tarea si lo que se quiere es crecer.

Aumentar tu red de contactos implica el mantenerla, es decir, se necesita dedicación para tener ese crecimiento en cuanto a la manera en que se relacionan con otras personas, empresas y demás.

El networking está siendo un buen medio para la comunicación, debido a que su objetivo es el de crear una red de contactos en el que ambas partes se beneficien y para hacerlo implica el saber cómo abordar a una persona para crear confianza y comodidad.

Por último, es importante tomar en cuenta cada una de las técnicas que se presentadas anteriormente, el networking puede ser un eslabón más en la cadena para lograr conseguir éxito profesional, ya que es una estrategia que brinda muchos beneficios, y en este caso, para las relaciones públicas sería un buen medio de vínculo para la comunicación que se necesita para establecer relaciones duraderas con clientes, empresas, etc.

Referencias Bibliográficas

- Arvelo, N. R. (2018). *Planeta de libros*. Networking para Dummies: https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/39/38446_Networking_para_dummies.pdf
- Avance comunicación. (25 de febrero de 2020). *Relaciones públicas en la empresa: cómo administrar los contactos*. <https://www.avancecomunicacion.com/blog/relaciones-publicas-en-la-empresa-como-administrar-los-contactos/>
- Barahona, V. G. (s.f.). *¿Qué es el Networking y para qué sirve esta estrategia de marketing?* <https://webescuela.com/que-es-el-networking/>
- Barcelona Activa. (2010). *Cápsula de conocimiento NETWORKING*. https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/images/es/18_Networking_ES_Intranet_P22_tcm24-3811.pdf
- Belli, G. (10 de abril de 2017). *At least 70% of jobs are not even listed — here's how to up your chances of getting a great new gig*. Insider: <https://www.businessinsider.com/at-least-70-of-jobs-are-not-even-listed-heres-how-to-up-your-chances-of-getting-a-great-new-gig-2017-4?IR=T>
- Biblioteca digital. (s.f.). *Networking: El poder de los contactos personales para hacer crecer la empresa*. https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1322/3526_2009_2cartilla_networking.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Black, S. (1994). *ABC de las Relaciones Públicas*. México: Ediciones Gestión 2000.
- Caguana Baquerizo, J. I. (2019). *El social network como mecanismo alternativo para la inserción de las PYMES en mercados internacionales*. *Revista Universidad y Sociedad*, (Vol. 11).
- Calvo Muñoz, M. y. (2009). *Networking. Usos prácticos de las redes sociales*. Madrid: Esic Editorial.
- Cicero. (29 de noviembre de 2016). *La importancia de las relaciones públicas para negocios B2B*. <https://www.cicerocomunicacion.es/b2b/>
- CincoDías. (20 de noviembre de 2015). *El networking aporta beneficios al 52% de los que participan en él*. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/11/20/emprendedores/1448022090_321062.html
- Coelho, P. (2022). *Marketing XXI. 2 - NETWORKING*. Net..que!?: <https://www.marketing-xxi.com/networking-net-que.html>

- Comunicagenia. (4 de octubre de 2018). *Los beneficios del networking para tu empresa*. ComunicaGenia: <https://comunicagenia.com/blog/los-beneficios-del-networking-para-tu-empresa/>
- Coworkingfy. (5 de noviembre de 2022). *Tipos de networking | Pieza clave en tu desarrollo profesional*. <https://coworkingfy.com/tipos-de-networking/>
- Escobar, L. (26 de febrero de 2018). *RELACIONES PÚBLICAS Y EL NETWORKING . RELACIONES PÚBLICAS INFLUENCE:* <https://relacionistablog.wordpress.com/2018/02/26/relaciones-publicas-y-el-networking/>
- Figueroa, S. M. (1 de junio de 2022). *Beneficios del networking: Claves para aprovechar la red de contactos*. Prensario: <https://prensariotila.com/beneficios-del-networking-claves-para-aprovechar-la-red-de-contactos/>
- Harlow, R. (1981). *Public Relations, and Introduction*. London: Public Relations, and Introduction,.
- Hebberd, L. (2022). *Why Employee Referrals are the Best Source of Hire*. Undercover recruiter: <https://theundercoverrecruiter.com/infographic-employee-referrals-hire/>
- InfoMABs. (20 de septiembre de 2021). *Networking, ¿qué es y para qué sirve?:* <https://infombas.com/empresas/networking-significado-tecnicas/>
- Kalau. (17 de abril de 2020). *Qué es el Networking: 5 Formas de Usarlo como Empresa*. <https://blog.kolau.com/es/que-es-el-networking-5-formas-de-usarlo-como-empresa/>
- Levework. (6 de noviembre de 2022). *El networking en tu camino al éxito*. <https://levelwork.mx/el-networking-en-tu-camino-al-exito/>
- Lopez Ayala, V. M., Gonzalez Rodriguez, S., & Reza Villalpaldo, A. (2016). *El networking y el e-commerce en los dispositivos móviles como una estrategia para impulsar la competitividad en las pymes mexicanas*. Horizontes de la Contaduría No. 4.
- Loya, L. (22 de marzo de 2021). *Networking: ¿Qué es? ¿Para qué sirve? ¿Por qué es tan importante?* Universidad Marista: <https://www.umasp.edu.mx/networking-es-tan-importante/>
- Márquez, E. (24 de noviembre de 2006). *10 Consejos para hacer networking en las Redes Sociales [en línea] en el blog Marqueze Telecom*. <http://marquezetelecom.com/blog/2006/11/24/10-consejos-para-hacer-networking-en-redes-sociales/>
- Marston, J. (1988). *Relaciones Públicas Modernas*. México: McGraw-Hill,.

- Medina, K. R. (10 de mayo de 2018). *Networking: ¿Qué es? ¿Para que sirve? ¿Por que es tan importante?* Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/networking-que-es-para-que-sirve-y-por-que-es-tan-importante/>
- Molgaray, S. (s.f.). *La Importancia de las Redes de Contactos*. networking.pdf: <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24709w/networking.pdf>
- Paola. (18 de mayo de 2022). *5 consejos de relaciones públicas para emprendedores*:. LinkedIn: https://www.linkedin.com/pulse/5-consejos-de-relaciones-p%C3%BAblicas-para-emprendedores-paola-cifuentes/?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card&originalSubdomain=es
- Scott M. Cutlip, G. M. (2001). *Effective Public Relations*. Englewood Cliffs: Prentice Hall. .
- Univers, S. (30 de septiembre de 2020). *Networking para profesionales: por qué es importante y cómo practicarlo*. <https://www.becas-santander.com/es/blog/networking-para-profesionales.html/index.html>

Conflicto de interés

El autor de este trabajo declara no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso

Reseña de Libro

Pre-Columbian Art from Central America and Colombia at Dumbarton Oaks. COLIN McEWAN y JOHN HOOPES editores. 2021. Dumbarton Oaks Research Library and Collection, Washington. DC. 758 pp.

Pre-Columbian Central America, Colombia, and Ecuador: Toward an Integrated Approach. COLIN McEWAN y JOHN HOOPES editores. 2021. Dumbarton Oaks Research Library and Collection, Washington, DC. 484 pp.

*Carlos Mayo-Torné*¹

Fundación El Caño, Panamá

carlosmayo@fundacionelcano.org

 <https://orcid.org/0000-0002-0243-8298>

Recibido: 5/11/2022

Aceptado: 23/12/2022

La biblioteca y el instituto de investigaciones Dumbarton Oaks, en Washington D.C., alberga una de las colecciones bibliográficas y de arte más cautivadoras que existen para los amantes del mundo bizantino, del arte precolombino, apasionados de la jardinería y el paisajismo. Los dos volúmenes editados por Dr. McEwan[†] (1951-2020) y el Dr. Hoopes son los últimos de una serie de catálogos, de piezas de las colecciones en custodia de la institución, dedicadas al arte de los nativos americanos. Los primeros catálogos se centraron en las culturas andinas y mesoamericanas, mientras que las recientes publicaciones aquí reseñadas, abordan el arte de las sociedades ancestrales que habitaron los actuales límites de Costa Rica, Panamá y Colombia, territorios que muchos investigadores agrupan cultural y geográficamente bajo el nombre de Área Istmo-colombiana.

El Área Istmo-colombina es una macro región cultural nombrada heurísticamente a partir de los datos proporcionados por lingüistas, genetistas y arqueólogos, en contraposición a la clásica denominación de Área Intermedia, hoy en día en desuso (Hoopes y Fonseca 2003: “*Goldwork and Chibchan Identity: Endogenous Change and Diffuse Unity in the Isthmo-Colombian Area*”). Los estudios lingüísticos, por un lado, evidencian poca variabilidad en los idiomas hablados por los Pueblos nativos que habitan estos territorios en la actualidad, que son agrupados en dos familias lingüísticas: Chibcha y Chocoana. Además, los datos genéticos evidencian cierto parentesco, desde comienzos del holoceno, que sugieren pocas migraciones exógenas a la región. Por último, los datos arqueológicos evidencian ciertas

¹ Ministerio de Cultura. Miembro del Sistema Nacional de Investigación de la SENACYT.

semejanzas, principalmente en artefactos de orfebrería y en la iconografía, que apuntan a vínculos ideológicos y culturales compartidos regionalmente, su conexión y parentesco. Sin embargo, esta área es, ambiental, geográfica y culturalmente heterogénea, donde se observan también ciertas particularidades arqueológicas regionales. Estos rasgos, dan lugar a una multitud de entidades culturales más pequeñas que son descritas, contextualizadas cronológica y geográficamente, en esta publicación.

Los dos volúmenes son mucho más que un simple catálogo y albergan una basta selección de trabajos, donde se sintetiza parte del conocimiento histórico que se tiene de los pueblos que habitaron esta área cultural. En este sentido, el volumen *Pre-Columbian Art from Central America and Colombia at Dumbarton Oaks* actúa como un catálogo de las piezas del museo, con valiosos aportes académicos (12 trabajos), anexos y glosarios; y el volumen *Pre-Columbian Central America, Colombia, and Ecuador: Toward an Integrated Approach* es un complemento al catálogo propiamente dicho (20 escritos académicos), donde se abordan estudios arqueológicos (con aportes teóricos) del epicentro cultural del Área Istmo-colombiana (Costa Rica, Panamá y Colombia) y de las regiones de la periferia cultural y limítrofes (Mesoamérica, Nicaragua, El Caribe y Ecuador). El resultado es dos volúmenes gigantescos que suman más de un millar de páginas, cientos de fotografías, gráficos, mapas, ilustraciones, tablas, anexos y glosarios; en la que participaron expertos de varias nacionalidades y necesitó un largo proceso editorial, que se extendió casi una década.

Los materiales de Dumbarton Oaks que se catalogan en este trabajo, son objetos de orfebrería, piedras y concha, muchas de ellas producto de la huaquearía y del lucrativo negociado de piezas arqueológicas. Las piezas fueron en última instancia compradas o intercambiadas por Robert Wood Bliss, diplomático de carrera, coleccionista, amante del arte y cofundador de Dumbarton Oaks. La publicación describe, con lujo de detalles, como se articulaba este mercado y como se consiguieron las piezas de Dumbarton Oaks (con nombres y apellidos incluidos), en uno de los episodios más vergonzosos de la “arqueología” latinoamericana. El lector puede llegar a sentir ambivalencia ante la publicación; tristeza y rabia, al comprobar la cantidad de información valiosa perdida detrás de estos saqueos y, al mismo tiempo, fascinación por la belleza intrínseca de cada uno de los objetos.

La colección de Dumbarton Oaks de origen costarricense, colombiano y panameño, suman 211 piezas. Las piezas son descritas minuciosamente con información de los estilos, iconografía, procedencia (en la mayoría de los casos una mera adscripción cultural), uso, técnicas de manufactura empleadas (con ayuda de radiografías e imágenes de microscopio electrónico) y análisis de composición química usando Fluorescencia de Rayos X (FRX) o Espectroscopía Raman. Los análisis de composición de los artefactos de metal, que se anexa en una tabla al final del catálogo, son sumamente interesantes y evidencian diferencias de concentración en oro, cobre y plata dependiendo la técnica orfebre usada (molde o martillado) y la procedencia de los artefactos. En este sentido, los artefactos de Costa Rica y Panamá muestran, en promedio, porcentajes más bajos en plata, si se comparan con los datos de las piezas colombianas.

Tabla 1.*Artefactos panameños de la colección de Dumbarton Oaks*

Procedencia	Orfebrería							Cocha			Piedra	Total	
	Disco	Pendiente	Cascabel	Nariguera	Cuentas	Orejera	Collar	Pendiente	Gorgera	Collar	Nariguera		Pendiente
P. Venado	1	1	0	0	0	0	0	3	1	1	1	0	8
Veraguas	12	36	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	51
G. Chiriquí	-	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Gran Coclé	1	5	0	1	0	3	3	0	0	0	0	1	14
Total	14	47	3	1	1	3	3	3	1	1	1	1	79

Nota. Tablas de frecuencias absolutas, elaborada en base a los datos disponibles en la publicación, de los artefactos panameños de la colección de Dumbarton Oaks, organizados por categoría, materia prima y procedencia (Carlos Mayo-Torné).

Las piezas de procedencia panameña en custodia de Dumbarton Oaks son 79 (tres pendientes y un cascabel de orfebrería de la región cultural de Gran Chiriquí, son de origen incierto y podrían ser, según los autores, de procedencia costarricense) (tabla 1). La colección también está disponible, con buenas fotografías, pero sin la rica información brindada en el catálogo, en la página institucional de Dumbarton Oaks (<https://www.doaks.org/>). La gran mayoría de las piezas (72) son de orfebrería (en dos de ellas se combina el metal y la piedra). Las piezas de orfebrería evidencian la sofisticación del arte prehispánico, la variedad de técnicas orfebres empleadas, la variedad iconográfica y los estilos, en muchos ejemplos de una belleza y estética cautivadora. La mayoría de los artefactos de procedencia panameña (47) son pendientes realizados a partir de moldes. La temática es variada y se representan tanto figuras antropomorfas (principalmente músicos), como figuras zoomorfas; entre las que destacan las típicas aves con alas desplegadas, saurios, felinos, batracios, armadillos, simios y venados; y figuras antropomorfizadas donde se aúnan atributos zoomorfos y humanos. Buen ejemplo, de esta última categoría temática, es el artefacto elegido como portada del catálogo; una pieza procedente del yacimiento de Playa Venado, de estilo *Open Work* (con vínculos estilísticos claros con la orfebrería del área colombiana Zenú), que parece representar un ser mitológico: mitad hombre, mitad ave. Además de los pendientes realizados a partir de moldes, existen discos de oro martillado (14), la gran mayoría procedentes de Veraguas (12) y decorados con bellos diseños repujados. La colección de orfebrería de Dumbarton se completa con un conjunto de orejeras, cascabeles, collares de cuentas de oro y cuentas sueltas de exquisita y compleja manufactura. Además de las piezas de orfebrería, en la colección hay un colgante lítico (ágata) de procedencia coclesana y seis bellos artefactos de concha encontrados en Playa Venado: tres pendientes con representaciones zoomorfas (un batracio tallado en una concha *Larkinia grandis*, un saurio; y un ave manufacturada probablemente de una concha *Spondylus crassisquama*), una posible nariguera en forma de tortuga en *Spondylus limbatus*, un collar de cuentas de *Oliva spicata* y una gorguera de cuentas hechas posiblemente de grandes conchas *Titanostrombus galeatus*.

Los textos académicos que acompañan al catálogo de piezas en la publicación *Pre-Columbian Art from Central America and Colombia at Dumbarton Oaks*, y que abordan en específico el estudio de materiales o contextos arqueológicos panameños, son tres

publicaciones que contextualizan los trabajos de excavación de Playa Venado, describen la composición química de los artefactos de orfebrería procedentes de varios yacimientos del país y describen las fases del entierro de un antiguo guerrero a partir de las excavaciones realizadas en el yacimiento arqueológico El Caño. A estas publicaciones hay que sumar un escrito que aborda la orfebrería temprana, la difusión de esta tecnología y sus fechas, desde los centros de producción colombianos al Istmo y Costa Rica. Especialmente meritoria es la información presentada por Nicole Smith-Guzmán, con el apoyo de siete colaboradores, de los contextos de Playa Venado, las excavaciones desarrolladas en el sitio y los análisis de los entierros, las piezas de cerámica, orfebrería y fauna allí recuperadas. El ensayo revisa y actualiza (*resucita* en palabras de los autores), la información de un extenso e importante yacimiento para la arqueología del país, con importantes conexiones comerciales a nivel regional. Las piezas de Playa Venado analizadas en este trabajo son producto de la larga historia de saqueo en el sitio y diseminadas, la gran mayoría, por prestigiosos museos de los USA, entre los que se encuentran: el Metropolitan Museum, Peabody Museum, The Art Institute Chicago, National Museum of Natural History, National Museum of American History, National History Museum of Los Angeles y el Gilcrease Museum; además de las piezas descritas anteriormente que forman parte de la colección de Dumbarton Oaks.

A los textos mencionados en el catálogo hay que sumar cinco ensayos con temas relacionados con la arqueología panameña presentes en el volumen *Pre-Columbian Central America, Colombia, and Ecuador: Toward an Integrated Approach*. Estos trabajos hacen una revisión de los datos provenientes de dos yacimientos arqueológicos muy famosos, cercanos geográficamente y culturalmente uno del otro: Sitio Conte y El Caño. En estos textos se revisan los datos de la tumba 5 (excavada por Harvard), la 11 (Universidad de Pensilvania) y se plantea un estudio de género a partir de la asociación artefactos y las personas enterradas en las tumbas de Sitio Conte excavadas por Mason. Adicionalmente, en los contextos de El Caño se explora el orden social de las antiguas sociedades que poblaron la zona a partir de los análisis de los contextos funerarios y el estudio de los artefactos encontrados en el sitio. El texto más destacado, a mi juicio, de este segundo volumen (firma de Richard Cooke), es un resumen de la historia profunda de los pueblos nativos del Landbrigde Zone con especial interés en describir la realidad panameña, desde las primeras evidencias paleo americanas hasta la actualidad, cruzando la frontera de la conquista española impuesta por muchos investigadores como el final de una historia que indudablemente continúa hasta nuestros días. Finalizando, las dos publicaciones aquí reseñadas son muy meritorias y didácticas, en la línea de los buenos catálogos recientemente editados por museos norteamericanos, donde se evidencia claramente el espíritu y el compromiso actual de las instituciones, con la investigación y divulgación de sus colecciones. El Instituto Dumbarton Oaks puede considerarse un referente y su visión, ojalá, pueda importarse algún día a Panamá. El sueño de un museo funcional de temática antropológica en el Istmo debe seguir ejemplos bien definidos que permitan alcanzar un manejo cultural satisfactorio. Sería ideal, por ejemplo, que el museo Antropológico Reina Torres de Araúz y su vasta colección siguieran el camino trazado por el Instituto Dumbarton Oaks, donde el aporte al cuidado de las piezas, a la

investigación y divulgación es una realidad, no un sueño. La tarea de lograrlo es un compromiso que debemos asumir entre todos y no debe ser delegada exclusivamente a las instituciones de gobierno. La empresa privada, la sociedad civil y los investigadores también deben exigir, comprometerse y respaldar iniciativas que propongan mejoras en el manejo cultural. En este sentido, buena parte de los profesionales que desarrollan su vida profesional investigando contextos panameños, muchos de los cuales trabajaron desinteresadamente en el contenido de estos dos volúmenes, apostarían y apoyarían un modelo de las mismas características en Panamá. Un buen museo antropológico, con buenos profesionales trabajando en su funcionamiento, sería el primer paso para lograr la repatriación exitosa del patrimonio panameño custodiado en instituciones de los Estados Unidos producto del saqueo de los contextos arqueológicos del país. Esperemos que esto sea una realidad en un futuro cercano y no se convierta en una sempiterna quimera.

Conflicto de interés

El autor de este trabajo declara no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso

INSTRUCCIONES PARA LOS AUTORES

Revista Contacto. *Revista de Ciencias Sociales, Humanidades, Derecho y Ciencias Políticas*, en una publicación de carácter académico de la Universidad de Panamá, publicada de manera cuatrimestral.

Revista Contacto contará con tres números anuales.

- enero - abril;
- mayo - agosto;
- septiembre - diciembre.

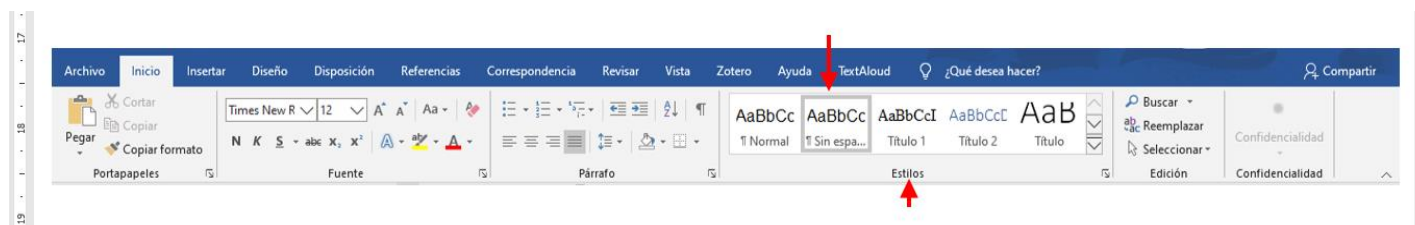
Las temáticas de los artículos deben ser originales y de profunda calidad en la investigación. Los artículos pueden estar escritos en español o inglés y podrán abordar temas de los siguientes campos de conocimiento: *Ciencias sociales, Ciencias Políticas, Humanidades, Administración, Turismo, educación, Relaciones Internacionales y Derecho.*

Los manuscritos presentados para la publicación comprenden: resultados de investigación, adelantos de investigación, artículos de revisión, ensayo científico, reseñas de libros (publicados en los últimos 5 años), cuento corto, análisis literario y poemas, en el marco de los campos de conocimiento antes señalados.

Los autores deben garantizar que no tienen ningún conflicto de interés en base a los trabajos presentados en esta revista, se comprometen a adjuntar a su envío de manuscrito, el modelo de carta descargable en menú instrucciones. [\[Haga clic aquí para descargarla\]](#).

Sobre las colaboraciones

Los manuscritos y demás colaboraciones presentadas a la **Revista Contacto** deberán enviarse en formato electrónico en procesadores de texto: Microsoft Word y Open Word (**No PDF**), en estilo sin espaciado (como aparece en la imagen) e interlineado de 1.15.



Se enviarán para su consideración a través del correo electrónico institucional:

revista.contacto@up.ac.pa

Al enviar el correo, agregue en un archivo aparte, un breve extracto biográfico académico que señale campo de estudio, institución o centro de investigación, especializaciones u otros estudios, líneas de investigación, si es activista de algún tipo y la organización. *[No más de 8 líneas]*.

*Una vez presente su trabajo, nuestro Consejo Editorial de Revista Contacto le contactará por correo electrónico para confirmar la recepción en un periodo no mayor a 5 días. Al recibir el correo de confirmación, espere a recibir un nuevo correo con el dictamen y las correcciones que debe realizar a su trabajo de ser necesarias. Este proceso de revisión podrá demorar entre 2 a 4 meses desde la recepción del trabajo. **No escriba al correo de forma reiterada para consultar por el proceso, espere que le contactemos.***

Características técnicas de los trabajos

Antes de enviar los archivos se recomienda revisar que cumplan con las normas editoriales de la revista, así como con cada aspecto señalado en las características técnicas. Los trabajos que no se ajusten a las especificaciones de la Revista Contacto, no serán considerados para evaluación y se le devolverán a los autores.

La Revista Contacto recibirá los escritos en base a las siguientes características técnicas:

- Extensión de los artículos podrá ser de entre 5 a 25 cuartillas, incluyendo gráficas, imágenes, cuadros, referencias bibliográficas, tablas, diagramas, entre otros.
- Características del título: El título debe identificar claramente el tema (no más de 20 palabras), debe ser presentado en español e inglés, o viceversa para el caso de manuscritos presentados en inglés.
- Después de los títulos en español e inglés, se indicará el nombre del autor, su filiación institucional (Universidad / unidad académica /país), su identificador ORCID **actualizado** (*Open Research and Contributor ID*)¹ y correo electrónico (preferiblemente institucional).

Ejemplo:

Título en español en Negrita
Título en inglés sin negrita
Nombre completo del autor
Universidad, unidad académica, país
<https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>
correo electrónico (preferiblemente institucional)

- Características del resumen: El resumen debe incluir: objetivo, descripción, metodología, resultados o hallazgos, conclusiones (máximo 200 palabras).
- Tanto el título como resumen deben ser presentados, en idioma español e inglés o viceversa para el caso de manuscritos presentados en inglés.
- La redacción del texto es en modo impersonal.
- Si incluyese un apartado de agradecimientos a colaboraciones profesionales, institucionales o financiamientos institucionales puede agregarlo a pie de página.
- Los párrafos llevan sangría, preferiblemente usando la tecla de tabulación (Tab).

¹ El ORCID es un identificador único que tiene como principal finalidad proporcionar a los investigadores un código de autor persistente e inequívoco que distinga claramente su producción científica y evite confusiones vinculadas con la autoría científica y la existencia de nombres similares. Para más información y registro puede acceder al siguiente link: <https://info.orcid.org/documentation/features/orcid-registry/>

→ Las referencias de los artículos se elaborarán de acuerdo con American Psychological Association 7th Edition (**Formato APA 7ma Edición**) [**Consulte el Manual de Normas APA 7ma edición para revisar la forma de citación para cada tipo de fuente**], en caso de duda consulte al editor de la revista.

Ejemplos:

- a. Cita de artículo académico de un autor consultado en base de datos: (Bartolucci, 2017).
- b. Cita de artículo académico con dos autores o más, consultado en base de datos con DOI (Berman et al., 2008).
- c. Libros (Habermas, 2007).

Demás fuentes consultar el Manual de Normas APA 7ma Edición.

Utilice al final de su manuscrito con:

Referencias bibliográficas

Durand, Gerardo, & Rey De Castro, Jorge. (2013). Hábitos y trastornos del sueño en rotadores de turnos de trabajo en una fábrica de bebidas. *Anales de la Facultad de Medicina*, 65(2), 97. <https://doi.org/10.15381/anales.v65i2.1397>

Goldstein, Tina R., & Franzen, Peter L. (2020). Sleep difficulties and suicidality in youth: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 34, 27-31. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.021>

Jeste, Dilip V., Lee, Ellen E., & Cacioppo, Stephanie. (2020). Battling the Modern Behavioral Epidemic of Loneliness: Suggestions for Research and Interventions. *JAMA Psychiatry*. <https://doi.org/10.1001/jamapsychiatry.2020.0027>

Jones, Bryan D. (1999). Bounded Rationality. *Annual Review of Political Science*, 2(1), 297-321. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.2.1.297>

Mercer, Jonathan. (2005). Prospect Theory and Political Science. *Annual Review of Political Science*, 8(1), 1-21. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.8.082103.104911>

Usher, Ellen L., Ford, Calah J., Li, Caihong R., & Weidner, Brianna L. (2019). Sources of math and science self-efficacy in rural Appalachia: A convergent mixed methods study. *Contemporary Educational Psychology*, 57, 32-53. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2018.10.003>

Se preferirá ocupar el DOI para los libros y artículos en línea; en caso de no contar con él, se pondrá el URL.

Si ha utilizado como fuente alguna referencia incluida en las bases de datos Scopus o Web of Science, por favor subráyela o **remárcuela en amarillo.**

Se decidió que no se pondrá punto al final de direcciones electrónicas (tanto DOI como URL) en las referencias para que no se vea imposibilitada su consulta; esta excepción se ocupará para la versión digital y PDF de los artículos.

Recomendamos el uso de gestores bibliográficos: *Zotero* o *Mendeley*, o bien el administrador de fuentes de Microsoft Word.

Zotero: <https://www.zotero.org/download/>

Mendeley: <https://www.mendeley.com/download-desktop/>



Queda a discreción de los autores su utilización.

- Se debe presentar un título breve para cada tabla, gráfica, imagen, figura, etcétera; y su numeración está en orden progresivo, dicho título debe ubicarse encima de la selección.
- El uso de imágenes debe ser parte de la investigación y para contextualizar, visualizar la dimensión de lo que se explica, en caso de copiarla de internet u otra publicación debe presentar la licencia o el permiso obtenido para cualquier ilustración republicada o redibujada o indicar la fuente.
- Las notas siempre deben ir a pie de página; estas se utilizarán para explicar, comentar, complementar o profundizar información relevante dentro del texto.
- Se aceptan reseñas de libros, ponencias en simposios o congresos.
- La estructura de los **artículos científicos** debe ser la siguiente: introducción, métodos y materiales, resultados, discusión, conclusiones y referencias bibliográficas (IMRyD).
- La **estructura para artículos de revisión y ensayos académicos** incluirá instrucción y los subtítulos donde se desarrollen de forma exhaustiva la temática del manuscrito, conclusiones y referencias bibliográficas.
- La **estructura de las reseñas de libros** debe contener una evaluación, opinión y aportación del autor en la comprensión de la obra, desarrollado de manera objetiva expresando la importancia y relevancia del texto, así como la contribución de este en la generación de nuevos conocimientos.

Sistema de arbitraje

Los manuscritos, reseñas y ensayos presentados para ser considerados para publicar en la Revista Contacto, será sometido a un proceso de evaluación previa a través del software de análisis semántico Ouriginal, utilizado por las revistas de la Universidad de Panamá.



Si el artículo no sobrepasare el 6% de similitud por el software, el mismo se remite a especialistas pares externos para su evaluación.

El sistema de arbitraje de la Revista Contacto utiliza el sistema de evaluación externa por expertos, bajo la metodología de doble pares ciegos, los cuales abordaran una puntuación de acuerdo al protocolo de evaluación de manuscritos de la Revista Contacto (Descargable en la pestaña instrucciones en la web de la revista).

La evaluación de los pares podrá considerar:

- a) aceptación del artículo,
- b) publicable con modificaciones,
- c) rechazado.

En cualquiera de las opciones se informará a los autores.

En las situaciones en donde los revisores señalen la opción b) publicable con modificaciones, los autores tendrán un periodo de 20 días, para hacer las adecuaciones y los revisores un periodo de 30 días a partir del momento en que reciba el documento corregido.

Antes de autorizar la publicación de un escrito el equipo editor evaluará que el mismo cumple con los requisitos de la revista y que el documento es inédito y original.

