



@revista_cpa_panama



Email: revistacpa.panama@up.ac.pa





CPA PANAMÁ

Revista científica especializada en Contabilidad

Universidad de Panamá
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad
Vol. 3, No.1 enero- junio 2025



Autoridades de la Universidad de Panamá

Dr. Eduardo Flores Castro
Rector

Dr. José Emilio Moreno
Vicerrector Académico

Dr. Jaime Javier Gutiérrez
Vicerrector de Investigación y Postgrado

Dra. Mayanin Rodríguez
Vicerrectora de Asuntos Estudiantiles

Mgtr. Arnold Muñoz
Vicerrector Administrativo

Mgtr. Ricardo Him Chi
Vicerrector de Extensión

Mgtr. Luis Solís
Director General de los Centros Regionales Universitarios

Mgtr. Franklin Castillo
Decano Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad

Dr. Mario Benítez
Vicedecano Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad



Equipo Editorial

Editora

Dra. María Félix Valencia Alderete
Universidad de Panamá
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá
correo electrónico: mariaf.valencia@up.ac.pa
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2450-8672>

Consejo Editorial

Dra. Viodelda Martínez – Editora Temática
Universidad de Panamá
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá
correo electrónico: viodelda.martinez@up.ac.pa
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2270-8942>

Dr. Marino José Palacios Copete – Editor Temático
Contraloría General de la República, Panamá
correo electrónico: marino.palacios@up.ac.pa
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0207-0048>

Dr. Jorge Morales Alvey – Editor Temático
Universidad de Panamá
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá
correo electrónico: jorge.moralesa@up.ac.pa
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3656-3350>

Dr. Juan Iván Rogers Harper – Editor Temático
Instituto Internacional de Auditores Forenses Antifraude, Panamá
correo electrónico: jrogers@iiafa.org
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2587-923X>

Mgr. Jonathan Pacheco – Editor Temático
Universidad de Panamá
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá
correo electrónico: jonathan.pacheco@up.ac.pa
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3520-2190>



Mgtr. Antonia Estela Pérez Martínez – Editora Temática
Contraloría General de la República, Panamá
correo electrónico: aestela_2512@hotmail.com
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5932-9458>

Mgtr. Marta Sosa – Editora Temática
Almighty Logistic Services, Panamá
correo electrónico: marta.sosa@up.ac.pa
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5867-9277>

Mgtr. Mauricio Antonio Burton - Editor Temático
Instituto de Medicina Legal y Ciencias Forenses
correo electrónico: mauricio.burton@up.ac.pa
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7868-2465>

Lcda. Yolanda Massiel Benítez Núñez – Editora Temática
KPMG, Panamá
Correo electrónico: massiely675@gmail.com
Orcid: <https://orcid.org/0009-0005-4620-1793>

Comité Científico Internacional

Dr. Javier Montoya del Corte
Universidad de Cantabria, España
correo electrónico: javier.montoya@unican.es
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5630-1545>

Dra. Elsa Beatriz Suarez Kimura
Universidad de Buenos Aires, Argentina
correo electrónico: pkimura@econ.uba.ar
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5924-147X>

Dr. Wladislao Guzmán
Instituto Internacional de Auditores Forenses Antifraude, República Dominicana.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9878-1380>



Comité Científico Nacional

Mgtr. Nora Castillo
Universidad de Panamá
Centro Regional Universitario de Colón, Panamá
correo electrónico: nora.morenoc@up.ac.pa
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5216-6489>

Dra. Yolanda Bazán de Franco
Universidad de Panamá
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá
correo electrónico: yolanda.bazan@up.ac.pa
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0842-8637>

Mgtr. Yonel De La Cruz
Contraloría General de la República, Panamá
Correo electrónico: info@yoneldelacruz.info
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0639-498X>

Mgtr. Aixa Elizabeth Serracín Conte
Colegio de Contadores Públicos Autorizados de Panamá, Panamá
correo electrónico: aixa.serracin-c@up.ac.pa
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9901-5602>

Arte y diseño

Ing. Emmanuel José Castillo Sosa



Nota Editorial

Nuestro primer número del año 2025 presenta 8 escritos, 5 artículos científicos y 3 ensayos de diversos temas que estamos seguros resultaran de beneficio para nuestros lectores.

El primer artículo titulado Perspectiva Contable de los Contratos Llave en Mano tiene como propósito analizar el origen, evolución y contribución de los contratos Llaves en Mano desde la perspectiva contable en Panamá.

Seguido del novedoso artículo la Hiperpersonalización como estrategia de marketing en bancos una excelente base conceptual que permite determinar el estado del arte de este tema.

El tercer artículo presentado en este número es una investigación cualitativa y descriptiva realizada por un grupo de egresados de la Escuela de Contabilidad de FAECO sobre el desempeño de los estudiantes en su práctica profesional.

Otro artículo que nos place publicar es sobre la Auditoría Forense Antifraude y el impacto del programa de certificación internacional AFA del Instituto Internacional de Auditoría Forense Antifraude (IIAFA)

El último artículo es una investigación sobre la incidencia del Control Previo en el cumplimiento del ambiente de control y en la representación fiel de las transacciones en los actos de manejo de las empresas públicas.

Con relación a los ensayos presentamos tres muy interesantes el primero “La vigencia del consentimiento en las contrataciones electrónicas” aborda la posibilidad de que los sistemas automatizados puedan ofertar y consentir futuras adaptaciones legales, éticas y sociales.



Enfoques teóricos del Teletrabajo y satisfacción laboral es una revisión de literatura sobre la satisfacción laboral en el teletrabajo, demostrando con esta investigación que esta modalidad aporta una gran flexibilidad a los trabajadores y a las empresas.

Cerrando con el ensayo La confianza como denominador común de la Fe Pública y la representación fiel en la Contabilidad que tiene como objetivo explicar que la confianza de los usuarios de la información financiera y por tanto de la sociedad, constituye el denominador común de la fe pública y la representación fiel en Contabilidad.

Esperamos que esta edición sea de su agrado, le agradecemos a los autores que confiaron en nuestra revista para publicar sus escritos, así como también al Consejo Editorial, a nuestros consejeros de los Comités Científicos y a los revisores por su apoyo incondicional.

Dra. María Felisa Valencia Alderete

Directora
CPA Panamá



Índice

Autoridades de la Universidad de Panamá.....	3
Equipo editorial.....	4
Nota editorial.....	7
Artículos científicos	
Perspectiva contable de los contratos llave en mano.....	10
La hiperpersonalización como estrategia de marketing de los bancos.....	31
Desempeño de los estudiantes de las carreras de Contabilidad y Contabilidad y Auditoría en la práctica profesional.....	51
Auditoría forense antifraude y el impacto del programa de certificación internacional AFA del IIAFA.....	70
Incidencia del control previo en el cumplimiento del ambiente de control y en la representación fiel de las transacciones en los actos de manejo de las empresas públicas.....	80
Ensayos	
La vigencia del consentimiento en la contratación electrónica ¿Puede un ordenador ofertar, consentir y generar obligación?.....	104
Enfoques teóricos del teletrabajo y satisfacción laboral.....	116
La confianza como denominador común de la Fe Pública y la representación fiel en Contabilidad.....	135

ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

PERSPECTIVA CONTABLE DE LOS CONTRATOS LLAVE EN MANO

ACCOUNTING PERSPECTIVE OF TURNKEY CONTRACTS

Marino José Palacios Copete

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de San Miguelito,
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá
Correo electrónico: marino2629@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0003-0207-0048>

Daniel Enrique Rodríguez Zanetti

Contraloría General de la República, Dirección Nacional de Fiscalización General,
Panamá
Correo electrónico: samuelfiel235@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-6573-975X>

Fecha de recepción 2 de agosto de 2024-Fecha de aceptación 19 de septiembre 2024



DOI <https://doi.org/10.48204/2953-3147.6624>

Resumen

El estudio tiene como propósito analizar el origen, evolución y contribución de los contratos Llaves en Mano desde la perspectiva contable en Panamá. Para arribar al objetivo de la investigación, se utiliza un enfoque mixto y un diseño metodológico descriptivo. La técnica e instrumentos de investigación responden a fuentes documentales obtenidas de la Internet y de información valorativa de entidades públicas como el Ministerio de Economía y Finanzas, Dirección General de Contrataciones Públicas y el Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá. Por lo tanto, desde la perspectiva contable se describe que el modelo contractual es un instrumento legal que establece obligaciones y deberes entre las partes (sector público y privado), donde el

beneficiado es la sociedad, por lo tanto, su valor es reconocido en el activo, pasivo y capital de la contabilidad financiera de los sectores interesados. Estos participan en los actos contractuales de los administradores de la hacienda pública y de los cuales, en el período fiscal estudiado, los contratos Llave en Mano representan el 51% de los actos públicos de licitación por mejor valor adjudicados. Por consiguiente, la información documental y valores empíricos del sistema de la contabilidad financiera y la contabilidad nacional acceden a observar y medir la contribución de los contratos Llave en Mano en el bienestar de la sociedad panameña. En conclusión, se reconoce que el modelo contractual se origina en el área de la industria del gas y del petróleo, para luego migrar al comercio globalizado, contribuyendo al desarrollo económico de los países. En la República de Panamá han logrado que la sociedad panameña cuente con infraestructuras fundamentales, para el desarrollo económico, social y la protección del medioambiente.

Palabras clave: perspectiva contable, contratos llave en mano, comportamiento económico.

Abstract

The purpose of the study is to analyze the origin, evolution and contribution of turnkey contracts from the accounting perspective in Panama. To arrive at the objective of the research, a mixed approach and a descriptive methodological design are used. The research technique and instruments respond to documentary sources obtained from the Internet and evaluative information from public entities such as the Ministry of Economy and Finance, General Directorate of Public Procurement and the National Institute of Statistics and Census of Panama. Therefore, from the accounting perspective, it is described that the contractual model is a legal instrument that establishes obligations and duties between the parties (public and private sector), where the beneficiary is the company, therefore, its value is recognized in the assets, liabilities and capital of the financial accounting of the interested sectors. They participate in the contractual acts of

the administrators of the public treasury and of which, in the fiscal period studied, turnkey contracts represent 51% of the public bidding acts for best value awarded. Consequently, the documentary information and empirical values of the financial accounting system and national accounts allow us to observe and measure the contribution of turnkey contracts to the well-being of Panamanian society. In conclusion, it is recognized that the contractual model originates around the gas and oil industry, and then migrates to globalized trade, contributing to the economic development of countries. In the Republic of Panama, they have managed to ensure that Panamanian society has fundamental infrastructures for economic and social development and environmental protection.

Key words: accounting perspective, turnkey contracts, economic performance.

Introducción

La investigación atiende la interrogante: ¿Cómo analizar los contratos Llave en Mano desde la perspectiva contable en Panamá? Estos contratos responden a la complejidad del objeto contractual, tiene su origen en la industria del petróleo y gas, en el momento de la explotación de dicho recurso energético. Pero el modelo fue globalizado, como apalancamiento para el desarrollo global impulsado por la Organización de las Naciones Unidas, como mecanismo del desarrollo económico de los países subdesarrollados. En la República de Panamá, estos contratos tienen un marco legal que data de 1995, el cual evolucionó en el 2006, al nacer la modalidad de los Contratos Llave en Mano, cuando la normativa legal estableció que “el contratista se obliga frente al Estado a realizar diferentes prestaciones que deben incluir, por regla general, estudios, diseños, Pliegos de Cargos y ejecución de una obra a cambio de un precio determinado por la entidad licitante”. (Ley 22, República de Panamá, 2006, artículo 2, numeral 17).

En el marco conceptual de los modelos contables, los contratos Llave en Mano se modelan en la contabilidad financiera, sobre la base que afectan a los interesados en sus estados financieros, reconociendo obligaciones y deberes con criterios descriptivos y valores con fundamentos cuantitativos que repercuten en los activos, pasivos y capital. Donde una parte persigue la rentabilidad financiera y la otra, rentabilidad social. Los resultados macro de los grupos interesados en la modalidad contractual inciden en los valores de la contabilidad nacional.

Con fundamento a los apartados anteriores, se analiza el origen, evolución y contribución de los contratos Llave en Mano en el crecimiento económico de Panamá. En dicho contexto, se observó que la modalidad contractual, en el período estudiado, ha contribuido al desarrollo de la República de Panamá, aportando estructuras requeridas por la sociedad, como: escuelas, hospitales, ampliación de aeropuertos, fortalecimiento de las vías de comunicación, entre otras.

Metodología

La investigación tiene un enfoque mixto, valora información documental con presentación cuantitativa y cualitativa, su diseño es descriptivo. La técnica de investigación utilizada es el análisis documental y su instrumento de investigación es la guía y ficha de análisis. Por lo cual, relaciona información documental de la evolución histórica de los contratos Llave en Mano y su presencia legal en Panamá. Los conceptos teóricos o cualitativos se fundamentan en información de investigadores obtenidos, a través de documentos y la Internet. De igual forma, la información cuantitativa, monetaria y no monetaria del Sistema Electrónico de Contrataciones Públicas (PanamaCompra en cifras), el Ministerio de Economía y Finanzas e Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá. Los valores monetarios y no monetarios, de cada página electrónica, se estudian con criterios comparativos y se fortalecen con exámenes gráficos. Esto accede a observar los actos públicos de contratación en su conjunto y agrupar los contratos Llave

en Mano, que adicionados a los criterios teóricos afectan el PIB, permitiendo llegar a conclusiones teóricas de su contribución en el desarrollo económico de Panamá.

Resultados y discusión

La normativa legal establece que “las obligaciones que nacen de los contratos tienen fuerza de ley entre las partes contratantes y deben cumplirse al tenor de estos”. (Código Civil, República de Panamá, 1916, artículo 976). Por consiguiente, desde la perspectiva contable, los contratos expresan la relación económica entre las partes o entidades, revestida con criterios legales que establecen deberes y obligaciones, por la cual, una parte recibe un bien o servicio (beneficio) a cambio de una compensación pecuniaria; monetaria o su equivalente.

Dando lugar a su reconocimiento en el sistema contable de las partes, afectando el activo o pasivo como corresponda en las entidades naturales o jurídicas o públicas que participan en la relación al acto lícito. Además, la información es un criterio representado en la contabilidad nacional, para reconocer valores que definen el crecimiento económico de un país. En función, que el modelo contractual constituye una actividad ordinaria de generar ingresos y recibir un bien o servicios. En el sector público fortalece el bienestar social y permite evaluar la gestión pública. Sin embargo, en el contexto empresarial, para Carvajal (2020), genera ingresos ordinarios que acceden a analizar la gestión administrativa y su posición financiera.

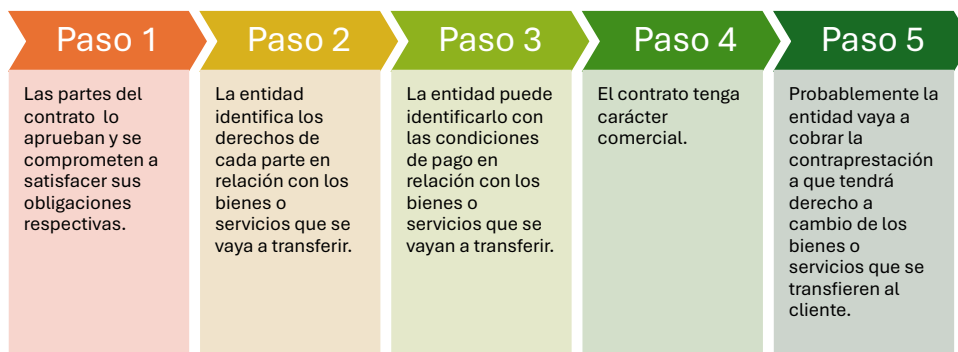
En atención a los apartados anteriores, las entidades contabilizan un contrato con un cliente que esté dentro del ámbito de aplicación de la norma, Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes, únicamente cuando se cumplan todos los criterios que se anotan a continuación (IFRS Foundation, 2023):

- Las partes del contrato lo hayan aprobado y se hayan comprometido a satisfacer sus obligaciones respectivas.

- La entidad pueda identificar los derechos de cada uno de las partes en relación con los bienes o servicios que se vaya a transferir.
- La entidad pueda identificarlo con las condiciones de pago en relación con los bienes o servicios que se vayan a transferir.
- El contrato tenga carácter comercial.
- Probablemente, la entidad vaya a cobrar la contraprestación a que tendrá derecho a cambio de los bienes o servicios que se transfieren al cliente.

La relación entre las partes, para registrar el contrato en los instrumentos o sistema financiero se fundamenta en un proceso mercantil, estableciendo la contraprestación, expresado en la figura 1.

Figura 1.
Proceso mercantil del contrato



Para la Norma de Información Financiera (NIIF) 15 (2023) el valor monetario del acuerdo comercial entre las partes responde a que:

“la transacción es el importe de la contraprestación a la que una entidad espera tener derecho a cambio de transferir los bienes o servicios comprometidos con el cliente, excluyendo los importes recaudados en nombre de terceros. La

contraprestación que se compromete en un contrato con un cliente puede incluir importes fijos, importes variables, o ambos”. (p. A811)

Sobre la base de las consideraciones anteriores, los contratos Llave en Mano expresan la relación de las partes, donde las entidades o los sujetos contratados son responsables de realizar el plano, la construcción y la puesta en marcha de un proyecto múltiple y complejo, a cambio de un precio pactado con el Estado, en consecuencia, se formaliza el axioma de la contraprestación. Para la proposición, la normativa hermenéutica establece que el empresario se obliga, frente a la unidad administrativa del Estado, a realizar diferentes obligaciones que deben incluir, por regla general, estudios, diseños, pliego de cargos y ejecución de una obra a cambio de un precio determinado por la entidad licitante.

Se puede inferir, que los contratos llave en mano, atienden la normativa NIIF 15, la cual describe que las entidades combinarán dos o más contratos celebrados al mismo tiempo, o casi al mismo tiempo, con un mismo cliente y se contabilizan los contratos como un único contrato, al cumplirse uno o varios de los criterios siguientes:

- Que los contratos se hayan negociado como un paquete con un único objetivo comercial.
- Que el importe de la contraprestación a pagar en uno de los contratos dependa del precio o la ejecución del otro.
- Que los bienes o servicios prometidos en los contratos (o algunos bienes o servicios prometidos en cada uno de los contratos) constituyan una única obligación de ejecución.

En consecuencia, los contratos llave en mano incluyen proyectos, plantas de tratamiento de agua, sistemas de comunicaciones, complejos habitacionales con infraestructura urbana y otros. Esta visión integral y funcional se destaca la transferencia completa de responsabilidad al contratista, asegurando que el proyecto sea entregado

listo para el uso operativo del Estado. Para Hernández (2014), los contratos Llave en Mano se desarrollaron en el ámbito del conjunto de técnicas que permiten aplicar el saber científico sobre la utilización de la materia y de las fuentes de energía, mediante construcciones útiles para el hombre. Donde no solo se requería la creación de un proyecto y su construcción, sino también la capacitación y el perfeccionamiento necesarios para operar instalaciones complejas.

Con referencia a lo anterior, Hernández reconoce el marco histórico y geográfico, establece su tiempo y espacio, manifestando el surgimiento de estos contratos, que aparecieron a principios del siglo XX en los Estados Unidos de América, particularmente en la industria del gas y del petróleo.

Dadas las condiciones que anteceden, los contratos Llave en mano se conocieron también como contratos de desarrollo o contratos de venta de desarrollo, reflejando su importancia en proyectos de infraestructura y desarrollo económico. Se rompe con el esquema estático de contratación, en busca de impulsar el avance económico de los países a nivel global. En un análisis profundo de los contratos Llave en Mano, se fundamenta la partida inicial en dos criterios: en la ingeniería y su expansión en el comercio internacional como una herramienta clave para el desarrollo de grandes proyectos de infraestructura.

La modalidad contractual no solo asegura la entrega íntegra y operativa de proyectos complejos, también confía a una determinada empresa constructora, la responsabilidad de todos o casi todos los procedimientos relacionados con la construcción del proyecto. Asimismo, facilita la transferencia de tecnología y conocimientos, promoviendo el desarrollo económico en diversas regiones del mundo.

El desarrollo económico responde a un conjunto de factores que miden la capacidad de ingresos de los países para desarrollar riquezas, con el propósito de sostener la bonanza económica, social y ambiental. Esta responde a criterios cualitativos descritos en los ingresos de un país en relación con sus habitantes, que le permita cubrir sus necesidades básicas. Esto conlleva a su capacidad productiva en el uso de

innovaciones para el consumo de los recursos naturales de forma sostenible y renovable, permitiendo el acceso de toda la población a un bienestar social íntegro.

En el marco de los factores medibles, las obligaciones y deberes de los actores privados y públicos, en la modalidad contractual, observadas en los apartados anteriores, contribuyen de forma razonable, a que los administradores públicos alcancen los objetivos estratégicos en beneficios de la población. Ponderándose en un valor para catalizar mejor rendimiento de la relación ingreso/población.

Para la legislación de Contratación Pública de Colombia, los contratos Llave en Mano se dan cuando una persona nominal revestida de criterios normativos y legales se le encarga la realización de una obra por contratar; la persona nominal se obliga a ejecutar la obra desde la fase inicial de diseño y hasta la puesta en marcha. Por lo tanto, en su procedimiento de Contratación de Obra Pública anota que la modalidad obliga al contratista a comprometerse a realizar todas las labores relacionadas con la obra, incluyendo los diseños, estudios de factibilidad, construcción, contratación del personal, instalaciones y suministros, y la contraprestación a cargo del contratista es la obra terminada y en funcionamiento (Agencia Nacional de Contratación Pública, 2023).

En las relaciones contractuales de Panamá, el sujeto licitante debe determinar las bases y los requisitos de referencia que comprueben con mayor precisión la obra que va a ser ejecutada. Esto indica que podrá incluir dentro del concepto Contrato Llave en Mano, el equipamiento y el funcionamiento de la obra o cualquier otra prestación cuando así lo requiera la entidad pública. "De igual manera, se podrá utilizar esta modalidad de contratación en la adquisición de bienes cumpliendo las reglas anteriores." Los bienes y derechos que se deriven de este tipo de contrato pasarán a ser propiedad del Estado". (Ley 22, República de Panamá, 2006, artículo 2, numeral 17).

En la Ley de Contratación Pública de Panamá y de Colombia, el concepto de contrato Llave en Mano se refiere a la ejecución de una obra compleja, es decir, una que involucre diseños, construcción, equipamiento, factibilidad, contratación de personal y

funcionamiento de la obra, todo a cambio de un precio previamente pactado y su finalidad está orientada a que el Estado reciba una obra lista para su uso sin intervenir en las fases intermedias del proceso.

El contratista se obliga frente al Estado a realizar diferentes obligaciones que deben incluir, por regla general, estudios, planos, suministros y ejecución de una obra a cambio de un precio global determinado por el sujeto licitante, de acuerdo con lo establecido en el documento que acredita la relación y en el pliego de cargos. En ese documento se establece que la totalidad de los pagos se realizará al momento de la entrega a satisfacción de la obra al sujeto licitante. Además, el modelo contractual accede al equipamiento, el funcionamiento de la obra o cualquier otra prestación cuando así lo requiera el sujeto público. (Ley 22, República de Panamá, 2006).

Evolución de los contratos Llave en Mano para el desarrollo del país

En el Estado panameño, la dinámica de los contratos múltiples o complejos ha evolucionado en el tiempo. Para los contratos de obras, las entidades estatales establecían obligaciones, deberes y derechos para “la construcción, mantenimiento, reparación, instalación y, en general, para la realización de cualquier otro trabajo material sobre bienes muebles e inmuebles, cualquiera que sea la modalidad de ejecución y pago”. (Ley 56, República de Panamá, 1995, artículo 2).

En la década de los 90, la normativa legal que garantizaba la relación contractual de Estado con un tercero reconoce el criterio Llave en Mano. Indicando que para los proyectos Llave en Mano o de Modalidad Similar deberán establecerse los criterios y términos de referencia que determinen, con la mayor claridad, la obra que debe ser ejecutada (Ley 56, República de Panamá, 1995). Además, sostiene lo siguiente:

“Los actos de selección de contratistas bajo la modalidad de Llave en Mano o Similar, si solo se presentara una propuesta, la entidad podrá, en lugar de declararla desierta, negociar directamente el contrato con ese solo proponente a un precio que en ningún caso será superior al propuesto” (Artículo 46).

La modalidad de los contratos Llave en Mano en Panamá surge en el 2006, cuando en Estado panameño en su normativa legal de contrataciones públicas establece que:

“El contratista se obliga frente al Estado a realizar diferentes prestaciones que deben incluir, por regla general, estudios, diseños, pliegos de cargos y ejecución de una obra a cambio de un precio determinado por la entidad licitante. En estos casos, la entidad licitante debe establecer las bases y los términos de referencia que determinen con mayor precisión la obra que va a ser ejecutada”. (Ley 22, República de Panamá, 2006, artículo 2, numeral 17).

Sobre la base de las consideraciones anteriores, la norma reconoce y pondera su frontera de bienes para la entidad o unidad ejecutora de la relación contractual señalando:

“se podrá incluir dentro del concepto Llave en Mano el equipamiento, el funcionamiento de la obra o cualquier otra prestación cuando así lo requiera la entidad pública. De igual manera, se podrá utilizar esta modalidad de contratación en la adquisición de bienes cumpliendo las reglas anteriores. Los bienes y derechos que se deriven de este tipo de contrato pasarán a ser propiedad del Estado”. (Ley 22, República de Panamá, 2006, artículo 2, numeral 17).

En el 2017, se amplifica el criterio legal del concepto Contrato Llave en Mano y se adiciona el criterio de pago indicando, “en ese contrato, la totalidad de los pagos se

realizará al momento de la entrega de la obra”. Además, “se podrá incluir dentro del concepto llave en mano el equipamiento, el funcionamiento de la obra o cualquier otra restación cuando así lo requiera la entidad pública”. (Ley 61, República de Panamá, 2017, artículo 2). Por consiguiente, se incluye al Ministerio de Economía y Finanzas en materia de aprobación del financiamiento, fechas de pago de la obra, duración y monto total (Ley 61, República de Panamá, 2017). Finalmente, en el 2020, se enfatizan los aspectos antes descritos, resaltando los beneficios del Estado. Se modela en que estos contratos, el monto de la fianza de cumplimiento a consignar por el contratista podrá ser hasta el 100% del valor del contrato (Ley 153, República de Panamá, 2020).

Desde el 2006 hasta el 2011, el concepto de contrato Llave en Mano en la Ley de Contratación Pública de Panamá, la hermenéutica legalista no presentó variantes y mantuvo su esencia: obligación del contratista con el Estado de desarrollar una obra compleja o con múltiples componentes, como: estudios, diseños, ejecución, equipamiento y funcionamiento. No obstante, a la modalidad en el 2017, se le incluyó un criterio que ha sido motivo de discusiones en Panamá por su interpretación, este aspecto es que la totalidad de los pagos se realizará al momento de la entrega de la obra. Sin embargo, las entidades licitantes emiten instrumentos jurídicos y financieros denominados Certificados de No Objeción (CNO)¹, las Cuentas de Pago Parcial (CPP)² y los Informes de Progreso de Trabajo (IPT)³.

Para Aizpurúa (2020) se “constituye una obligación autónoma, independiente, incondicional e irrevocable de la entidad contratista por el monto que en ella se expresa y es pagadera en la fecha indicada en el respectivo documento sin posibilidad de que una

¹ **CNO.** Documento que certifica el reconocimiento y la aprobación de un pago a que tiene derecho un Contratista contra el Metro de Panamá, S.A. Gaceta Oficial No.28727.

² **CPP.** Documento para el reconocimiento de crédito derivado de contratos cuyo financiamiento haya sido aportado por el propio contratista, con un pago final de parte del Estado. Gaceta Oficial No.26024.

³ **IPT.** Título de crédito, mediante el cual se aprueban los avances de obra de los proyectos bajo la modalidad llave en mano o de modalidad similar. Gaceta Oficial No.29378-A.

Artículo sobre los CNO, CPP e IPT en: <https://morimor.com/es/el-mundo-de-los-contratos-denominados-llave-en-mano-las-cuentas-de-pago-parcial-y-los-certificados-de-no-objecion/>

vez emitida la entidad pueda hacer reducciones por impuestos, multas, penalidades, compensaciones, deducciones, reclamaciones u otras retenciones” (s/p).

Cabrera (2016) manifiesta que los Contratos Llave en Mano representan una herramienta muy útil para el desarrollo de la infraestructura pública. También indica, que cuando se trata del Estado esta figura de contratos les permite mitigar mejor los riesgos, los cuales recaen en su gran mayoría sobre el contratista. Enfoca que los contratos Llave en Mano son utilizados en varias industrias, tales como: construcción, diseño, suministro, equipamiento, petróleo, gas u otros.

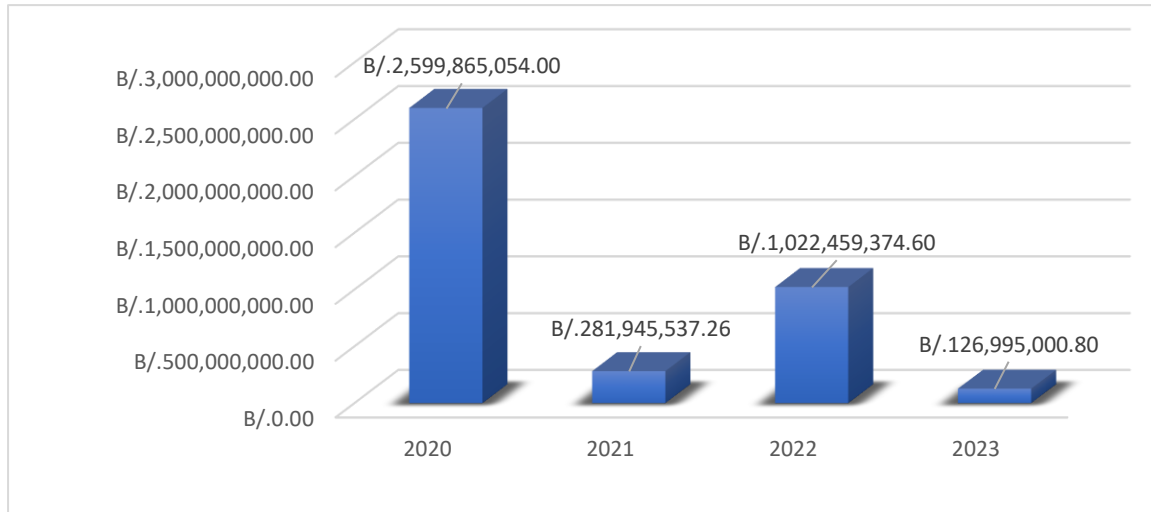
En la perspectiva del apartado anterior, se observa el progreso nacional, conducido por entidades públicas como el Ministerio de Obras Públicas, el Metro de Panamá, el Instituto Panameño de Deportes y otros, los cuales han utilizado la figura de los contratos Llave en Mano, con la finalidad de recibir de los contratistas en perfecto estado de funcionamiento y rendimiento, el objeto contratado, tales como: hospitales, metro, carreteras y estadios. Estos contratos representan para el Estado una herramienta de relación pública y privada que ofrece múltiples beneficios sociales, presupuestarios, económicos, financieros y técnicos. Condición observada en las acciones administrativas y operativas del Ministerio de Obras Públicas, que durante los períodos del 2020 al 2024 ha desarrollado 26 obras bajo la modalidad de contratos Llave en Mano, algunas de estas son:

- ✓ Estudio, Diseño, Construcción y Financiamiento para la Interconexión Cinta Costera tres - Calzada de Amador. Acto Público No. 2020-0-09-0-08-LV-006299.
- ✓ Estudio, Diseño, Construcción y Financiamiento para la Rehabilitación y Ampliación de la Carretera Autopista – Puerto de Vacamonte. (“Ampliación de la Autopista-puerto de Vacamonte tiene un avance de 72.10%”) (“Ampliación de la Autopista-puerto de Vacamonte tiene un avance de 72.10%”) Acto Público No. 2020-0-09-0-15-LV-006304.
- ✓ Diseño, Suministro, Construcción y Financiamiento de Puentes Modulares para El Progreso. (Ministerio de Obras Públicas, licita construcción de puentes modulares

- en todo el país”) (“Diseño, suministro, construcción y financiamiento de puentes modulares ...) Acto Público No. 2021-0-09-0-99-LV-007740.
- ✓ Diseño, Construcción y Financiamiento de Paso Canoas - Río Sereno - Piedra Candela. (Homologan proyecto de Diseño, Construcción y Financiamiento de Paso ...) (DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y FINANCIAMIENTO DE PASO CANOAS - CentralAmericaData”) Acto Público No. 2021-0-09-0-04-LV-007790.
 - ✓ Diseño, Construcción, Rehabilitación y Financiamiento de calles y caminos del distrito de Changuinola. (“Rehabilitan calles y caminos del distrito de Changuinola) (Avance del 64.52% en el proyecto de Diseño, Construcción ...) Acto Público No. 2020-0-09-0-01-LV-007184.
 - ✓ Estudio, Diseño, Construcción, Rehabilitación y Financiamiento de calles del distrito de Panamá. (Licitan proyecto de estudio, diseño, construcción, rehabilitación y ...) (Once empresas participan en licitación para rehabilitación de ... - TVN) Acto Público No. 2022-0-09-0-08-LV-008113.
 - ✓ Rehabilitación de calles en los distritos de Las Tablas, Guararé, Pedasí y Pocrí. (Licitan proyecto de rehabilitación de calles para los distritos de Las ...) (Rehabilitación de Calles en los Distritos de L... - Compra del Gobierno ...) Acto Público No. 2023-0-09-0-07-LV-008448.

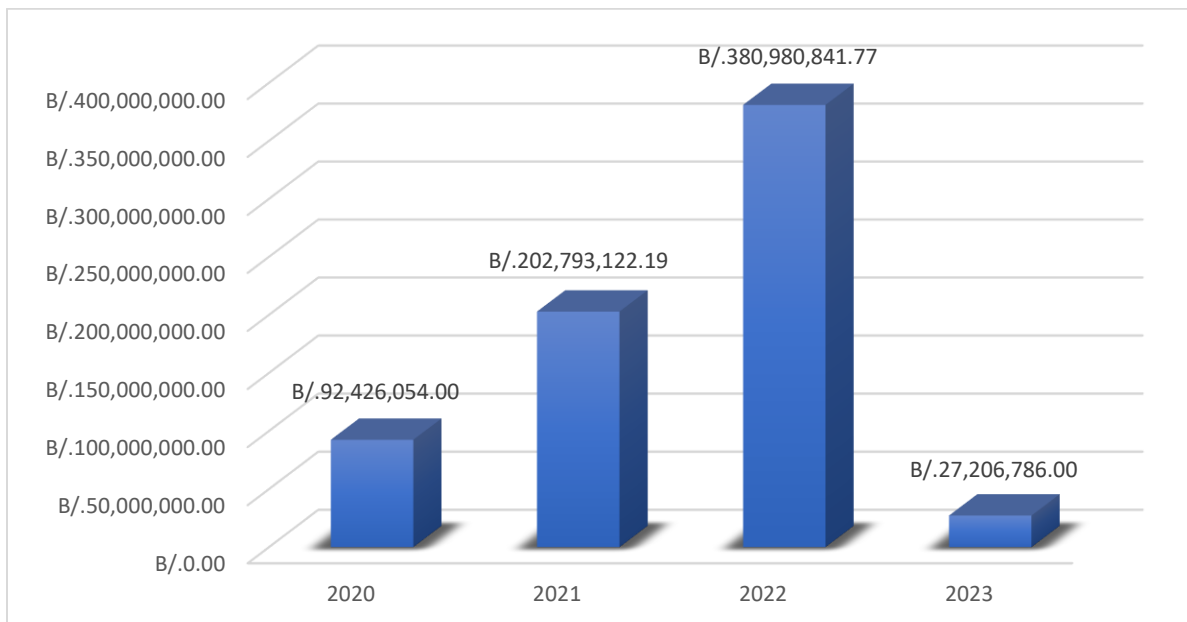
Durante el período señalado estas entidades públicas realizaron 491 actos de selección de contratista por Licitación de Mejor Valor (tipo de licitación cuando el bien, servicio u obra es muy complejo) por B/.7,902,018,160.96, de los cuales B/.4,031,264,966.66 corresponden a contratos Llave en Mano, es decir, un 51% del total de las licitaciones por Mejor Valor adjudicadas. A continuación, se muestra en las figuras 2, 3 y 4, el comportamiento de los contratos Llave en Mano por período fiscal y valor porcentual:

Figura 2.
Panamá: Contratos Llave en Mano de los períodos 2020-2024



Fuente: PanamaCompra en Cifras.

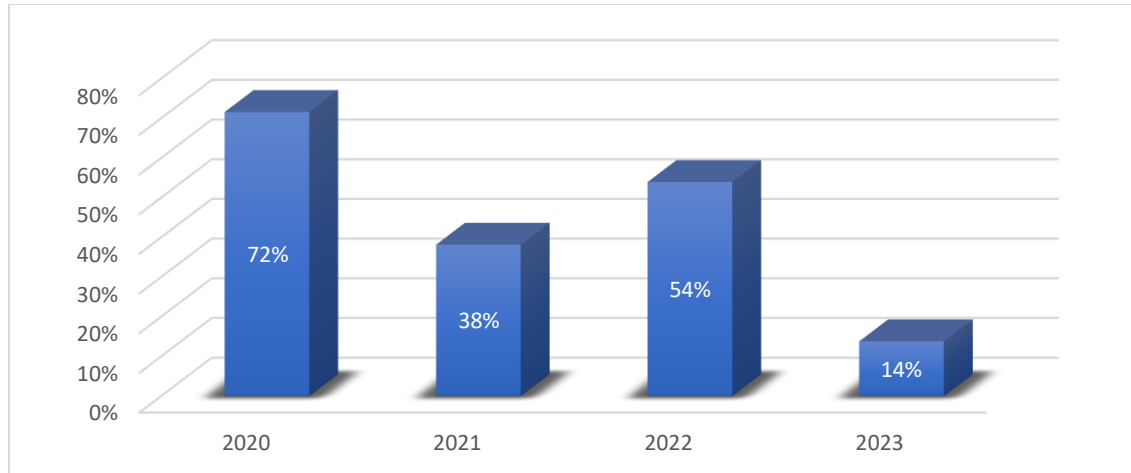
Figura 3.
Ministerio de Obra Pública: Contratos Llave en Mano de los períodos 2020-2024



Fuente: PanamaCompra en Cifras.

Figura 4.

Relación porcentual de los contratos Llaves en Mano y el total de Licitación de Mejor Valor durante el período fiscal 2020-2024



Fuente: PanamaCompra en Cifras

Crecimiento económico de Panamá y los contratos Llave en Mano

El desarrollo de un país se mide tomando en cuenta la evolución sostenible de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales que estos están experimentando; sin embargo, en la gran mayoría de los casos, el indicador de referencia para medir cuánto ha crecido o crecerá un país, es el aspecto económico, en el que existen variables, tales como: deuda pública, balanza de pagos, inflación, infraestructura y otras. Hablar de infraestructura es referirse directamente al sector de la construcción, que representa para los ciudadanos obras, como: escuelas, hospitales, carreteras, puentes y demás, que tienen como propósito mejorar su calidad de vida.

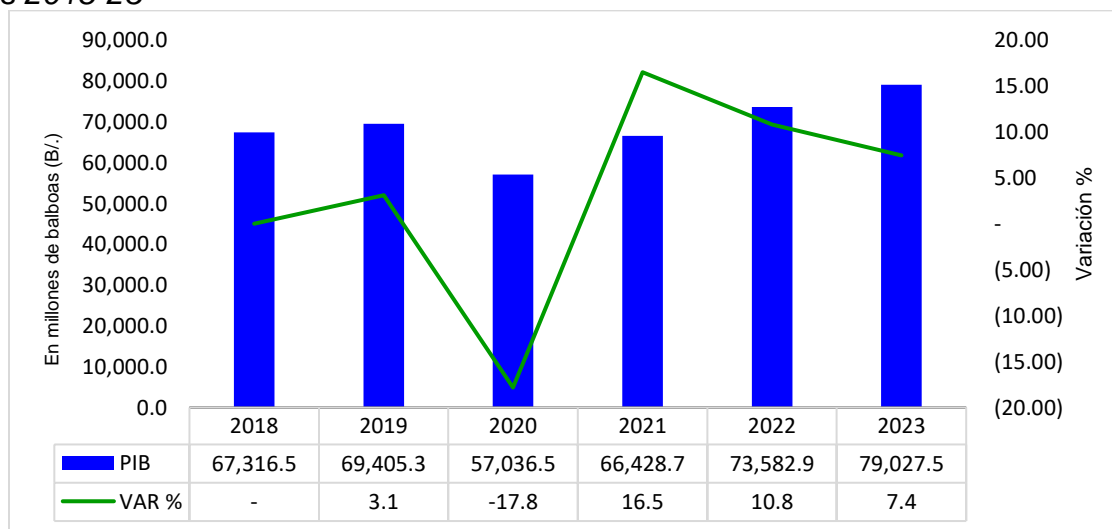
Rodríguez (2014) señala que la construcción constituye una de las operaciones más importantes sobre las que se sustenta el comercio internacional. En ese sentido, es propicio resaltar el crecimiento económico de Panamá en el rubro de la construcción, que entre los años 2008 y 2016 registró un crecimiento promedio de 17.8%, cuya principal razón fue la inversión en mega infraestructuras, destacando proyectos como la Cinta Costera, Panamá Pacífico y la ampliación del Canal. Para el 2013, la construcción se vio

favorecida por proyectos como la tercera fase de la Cinta Costera, el inicio de la expansión del Aeropuerto Internacional de Tocumen y la tercera línea de transmisión eléctrica (Ministerio de Economía y Finanzas, 2017, p.11 y 12).

El crecimiento de la economía de la República de Panamá, medido por el PIB constante en el 2023 ascendió a B/.79,027.5 millones, presentando un incremento de 7.3% en comparación con el período 2022 y un repunte de 13.9% respecto al 2019 (B/.69,502.7 millones). Este incremento superó el promedio de la región de América Latina y el Caribe (2.5%). Dentro de los sectores internos de la economía que incidieron en este desempeño, se destacan las actividades de la construcción con un incremento del 36.7% en el valor de los permisos de construcción. En la figura 5 se observa la evolución del PIB y su variación en el período fiscal 2020-2023 (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2023).

Figura 5

Crecimiento de la economía de la República de Panamá, medido por el PIB constante: Años 2018-23



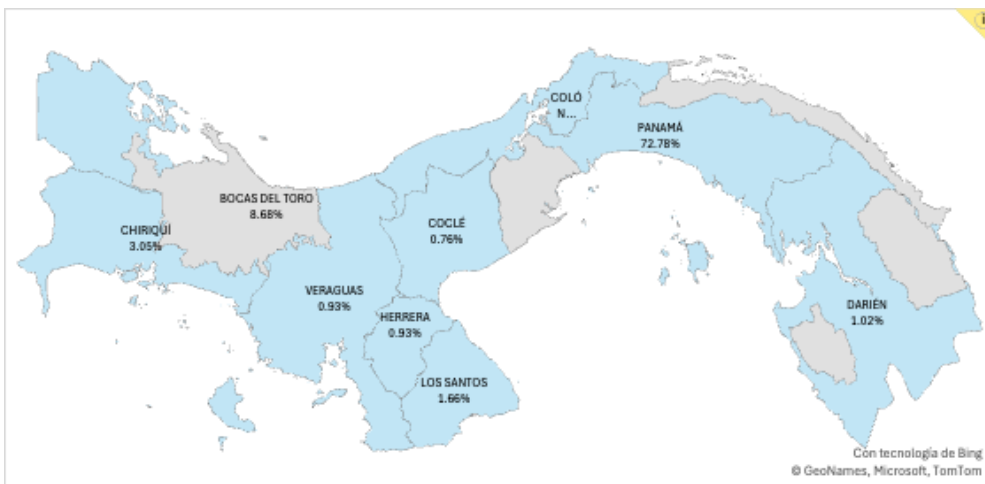
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá.

En el conjunto de las actividades económicas que representan el crecimiento económico de Panamá, el sector de la construcción tuvo una participación significativa, en los cuales los contratos Llave en Mano durante los períodos 2020-2023 han

contribuido con 4,031,264,966.66 millones de balboas, distribuidos en el istmo panameño, como se observa en la figura 6 en una perspectiva porcentual.

Figura 6.

Relación porcentual de los contratos Llave en Mano, por provincia en la República de Panamá: Años 2020-2023



Fuente: PanamaCompra en Cifras.

Conclusiones

En las conceptualizaciones contable y criterios históricos expuestas, de los contratos Llave en Mano se resumen, que en las dimensiones de las entidades que participan, se cumple con el proceso mercantil del contrato como lo ordena la NIIF 15, lo cual permite analizar los ingresos ordinarios de las empresas y su posición financiera. Además, contribuye a medir el desempeño de los administradores públicos y el bienestar de la sociedad.

En la evaluación histórica, la modalidad de la relación contractual de infraestructura entre las unidades administrativas del Estado y las organizaciones jurídicas, en el ámbito de su complejidad de diseño, ejecución y entrega, contratos Llave en Mano tiene su vinculación en la industria del gas y del petróleo en los Estados Unidos, para luego ser utilizados en el comercio globalizado. La Organización de las Naciones

Unidas (ONU) observa la relación como una solución efectiva dentro del nuevo orden económico internacional.

Los contratos Llave en Mano de acuerdo con su concepto, origen y desarrollo se encuentran en los componentes que lo integran o describen, sus multiplicidades de compromisos y deberes incluyen el diseño, la construcción, el equipamiento, la factibilidad y el funcionamiento de la obra civil. Representan una herramienta contractual importante para el desarrollo del país. Es un activo catalizador que vigoriza la economía del país, creando fuentes de trabajo temporales y permanentes, de forma directa e indirecta. Lo que implica circulante líquido que se traduce en el bienestar económico de la sociedad. Tal como se le ha considerado desde su concepción, contratos de Desarrollo, a través de los cuales la infraestructura del Estado crece de manera acelerada, supliendo de esta forma las diferentes necesidades sociales, tales como: la salud, transporte, educación y otros.

Los resultados de la relación Estado y empresa privada, con la modalidad contractual reconocida en esta investigación son considerados por la contabilidad financiera, con afectación de activo, pasivo y patrimonio de las partes. De igual forma, el sistema de contabilidad nacional de Panamá permite evidenciar cómo el modelo de contratación contribuye, a través del sector construcción en el comportamiento del PIB, tal como se pudo observar durante los períodos 2020-2023.

Referencias bibliográficas

Aizpurúa, K. (2020). El Mundo de los contratos denominados Llave en Mano, las cuentas de pago parcial y los certificados de no objeción. <https://morimor.com/es/el-mundo-de-los-contratos-denominados-llave-en-mano-las-cuentas-de-pago-parcial-y-los-certificados-de-no-objecion/>.

Agencia Nacional de Contratación Pública. (2023). Colombia Compra Eficiente. Beltrán Pardo Abogados & Asociados, 22.

Cabrera, Orlando. (2016), Contrato Internacional Llave en Mano: Un acierto para la Infraestructura en México, *revista Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM*, págs.3, 4. (s.f.).

Carvajal, A. L. (2020). Revisión teórica de los cinco pasos de la NIIF 15; nuevo modelo de reconocimiento de los ingresos ordinarios. *Universidad Estatal de Milagro*, 1-7. (s.f.).

Código Civil de la República de Panamá, Ley 2. (1916). Panamá.

Hernández, A. (2014). Los Contratos Internacionales de Construcción Llave en Mano. *Cuadernos de Derecho Transnacional*, 6(1), 161-235.

IFRS Foundation. (2023). *Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con clientes*.
<file:///Users/marinopalacios/Downloads/NIIF%2015.diciembre%2023.pdf>.

IFRS FOUNDATION. (2023). *Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes*.
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/niif-2019/NIIF%2015%20-%20Ingresos%20de%20Actividades%20Ordinarias%20Procedentes%20de%20Contratos%20con%20Clientes.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2023).
https://www.inec.gob.pa/publicaciones/Default3.aspx?ID_PUBLICACION=1271&ID_CATEGORIA=4&ID_SUBCATEGORIA=26

Ley 22 (2006) Que Regula la Contratación Pública y Dicta Otra Disposición.

Ley 56 (1995) Por la cual se Regula La Contratación y se Dictan Otras Disposiciones. Panamá: Gaceta Oficial.

Ley 61 República de Panamá. (2017). Que reforma la Ley 22 de 2006, que regula la contratación pública, y dicta otras disposiciones. Panamá: Gaceta Oficial.



Ley 153 República de Panamá. (2020) Texto único que regula la contratación pública, Panamá: Gaceta Oficial 29107-A

Ministerio de Economía y Finanzas. (2017) Sector de la Construcción en Panamá.

NIIF 15 . (2023). Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes.

PanamaCompra en Cifras. (2024) Observatorio Digital de Contrataciones Públicas.
<https://www.panamacompraencifras.gob.pa/#/>

Rodríguez S., L. (2011), Los Contratos bajo la modalidad llave en mano estudio teórico – doctrinal y algunas tendencias actuales, pág.75.

ENFOQUES TEÓRICOS DEL TELETRABAJO Y SATISFACCIÓN LABORAL

THEORETICAL APPROACHES TO TELEWORKING AND JOB SATISFACTION

Adriana Murillo Murillo

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad,
Panamá

Correo electrónico: adriana.murillo@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0003-1112-9865>

Yolanda Bazán de Franco

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad,
Departamento de Recursos Humanos, Panamá

Correo electrónico: yolandabazandefranco@yahoo.com <https://orcid.org/0000-0003-0842-8637>

Fecha de recepción: 15 de octubre de 2024 Fecha de aceptación de 27 de noviembre 2024



DOI <https://doi.org/10.48204/2953-3147.6631>

Resumen

El teletrabajo se ha convertido en una modalidad clave en el entorno laboral moderno, impulsado tanto por los avances tecnológicos como por la necesidad de encontrar formas más flexibles de trabajar. Este artículo de revisión teórica está basado en las teorías de Herzberg y Maslow, la cual expone los factores que influyen en la satisfacción de las personas que trabajan a distancia. Herzberg destaca la importancia de diferenciar entre factores higiénicos, como un entorno de trabajo adecuado y políticas claras y factores motivacionales, como la autonomía, el reconocimiento y las oportunidades de

crecimiento, que aumentan la satisfacción y el compromiso. Por su parte, Maslow nos recuerda que las personas necesitan cubrir tanto necesidades básicas, como el bienestar físico y la seguridad, así como necesidades más profundas, como la pertenencia y la autorrealización, para sentirse plenas. El trabajo remoto ofrece oportunidades únicas, pero también plantea desafíos importantes, como el riesgo de aislamiento o la falta de interacción social. Por eso, es fundamental que las organizaciones encuentren un equilibrio entre ofrecer buenas condiciones laborales y fomentar la conexión, el crecimiento profesional y la motivación de sus empleados. De esta forma, se puede lograr un ambiente de trabajo remoto en el que las personas no solo cumplan con sus tareas, sino que también se sientan valoradas, motivadas y productivas.

Palabras Clave: Teletrabajo, satisfacción laboral, teorías motivacionales, trabajo remoto.

Abstract

Remote work has become a key modality in the modern work environment, driven both by technological advances and by the need to find more flexible ways of working. This theoretical review article is based on the theories of Herzberg and Maslow, which exposes the factors that influence the satisfaction of people who work remotely. Remote work has become a key modality in the modern work environment, driven both by technological advances and by the need to find more flexible ways of working. This theoretical review article is based on the theories of Herzberg and Maslow, which exposes the factors that influence the satisfaction of people with influence on those who work remotely. Herzberg stresses the importance of differentiating between hygienic factors, such as a suitable work environment and clear policies, and motivational factors, such as autonomy, recognition, and opportunities for growth, which increase satisfaction and engagement. For his part, Maslow reminds us that people need to cover both basic needs, such as physical well-being and security, as well as deeper needs, such as belonging and self-actualization, to feel fulfilled. Remote work offers unique opportunities, but it also

poses significant challenges, such as the risk of isolation or lack of social interaction. That's why it's critical for organizations to find a balance between offering good working conditions and fostering connection, career growth, and motivation for their employees. In this way, a remote work environment can be achieved in which people not only fulfill their tasks, but also feel valued, motivated, and productive.

Key words: Teleworking, job satisfaction, motivational theories, remote work.

Introducción

El teletrabajo ha cambiado la forma en que trabajamos y nos relacionamos con nuestras responsabilidades profesionales, ofreciendo flexibilidad, pero también presentando retos que afectan la satisfacción de las personas. Es así como, resulta fundamental entender qué elementos satisfacen a los trabajadores y cómo las organizaciones pueden mantener su compromiso y bienestar. Este artículo se enfoca en los aspectos teóricos del teletrabajo y la satisfacción laboral, tomando como base las aportaciones de dos teorías clásicas: la teoría de los dos factores de Herzberg y la jerarquía de necesidades de Maslow. Ambas teorías brindan herramientas valiosas para entender cómo se construye la satisfacción en entornos remotos. Herzberg nos enseña que no basta con evitar problemas o eliminar incomodidades; es necesario ofrecer autonomía, reconocimiento y oportunidades de desarrollo para que los empleados se sientan verdaderamente motivados. Por su parte, Maslow nos recuerda que, además de cubrir las necesidades básicas como la seguridad y el bienestar físico, las personas también necesitan sentirse parte de algo más grande y alcanzar su realización personal.

El verdadero reto está en construir espacios de trabajo remoto donde las personas no solo cumplan con sus tareas, sino que también se sientan valoradas, conectadas y con posibilidades de crecer. De esta manera, es posible no solo asegurar la productividad, sino también promover un entorno saludable y sostenible para los talentos y la organización.

Desarrollo

Teletrabajo: Concepto, evolución, precursores

1. Concepto

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) en el Convenio sobre el trabajo a domicilio, 1996, núm. 177, artículo 1, define trabajo a domicilio como:

Trabajo que una persona, designada como trabajador a domicilio, realiza:

- (i) en su domicilio o en otros locales que escoja, distintos de los locales de trabajo del empleador;
- (ii) a cambio de una remuneración;
- (iii) con el fin de elaborar un producto o prestar un servicio conforme a las especificaciones del empleador, independientemente de quién proporcione el equipo, los materiales u otros elementos utilizados para ello. (p. 1)

La Confederación Europea de Sindicatos (CES), la Unión de Confederaciones de la Industria y de Empresarios de Europa (UNICE) / la Unión Europea del Artesanado y de la Pequeña y Mediana Empresa (UNICE/UEAPME) y el Centro Europeo de la Empresa Pública (CEEP) en el acuerdo marco sobre el teletrabajo firmado el 16 de julio de 2002 define el teletrabajo como:

Una forma de organización y/o de realización del trabajo utilizando las TIC en el marco de un contrato o relación de trabajo, en la cual un trabajo podría ser realizado igualmente en los locales de la empresa o fuera de ella. (p. 2)

Sempere y San Martín (2002) conceptúan el teletrabajo de la siguiente manera:

Es cualquier forma de trabajo desarrollada por cuenta de un empresario o un cliente, por un trabajador dependiente, un trabajador autónomo o un trabajador a domicilio, y efectuada regularmente y durante una parte importante del tiempo de trabajo desde uno o más lugares distintos del puesto de trabajo tradicional utilizando tecnologías informáticas y/o de telecomunicaciones. (p. 113).

Tellez (2007) parafraseando a otros, define así el concepto de teletrabajo:

El teletrabajo es un término genérico que cubre un gran número de formas de trabajo, de modos de organización o de tareas propiamente dichas. Según Gontier, lo que crea el vínculo entre dichas labores es la transmisión de la información en tiempos reales, en general por medios telemáticos. Por otro lado, para Jane Tate, uno de los redactores del Informe sobre Teletrabajo de la Comisión Europea, la palabra teletrabajo se refiere a aquellas actividades ejercidas lejos de la sede de la empresa (se les denomina también, en ocasiones, trabajo a distancia) a través de la comunicación diferida o directa por medio de las nuevas tecnologías. (p. 730).

La Ley 126 (2020) que establece y regula el teletrabajo en la República de Panamá, define en su artículo 2 numeral 1 el teletrabajo en los siguientes términos:

Teletrabajo: Consiste en la prestación de servicios subordinada, sin presencia física en el centro de trabajo o entidad pública, a través de medios informáticos, de telecomunicaciones y análogos, mediante los cuales, a su vez, se ejerce el control y la supervisión de las labores. (p.4)

2. Evolución del Teletrabajo

El nacimiento del teletrabajo como modalidad de trabajo se puede rastrear hasta mediados de la década de 1970. Durante ese período, se produjo una crisis energética a nivel mundial debido a la escasez de combustibles fósiles. Martin (2015), explica lo siguiente:

La crisis que se inicia a principios de la década de 1970 tuvo graves consecuencias, aunque no de la magnitud de la Gran Depresión de los años treinta. Los principales problemas económicos de la década fueron cuatro:

1. En primer lugar, se produjo una ralentización del crecimiento económico.
2. En segundo lugar, la mayoría de los países de la OCDE alcanzaron tasas de inflación superiores al 10%.
3. En tercer lugar, la creación de empleo se estancó en un momento en el que la oferta de trabajo crecía por la incorporación al mundo laboral de la población procedente de la expansión demográfica de los sesenta o baby boom y el aumento de la participación laboral de las mujeres.

4. En cuarto lugar, la crisis petrolera de 1973 generó graves desequilibrios externos. Mientras que los países productores de petróleo experimentaron fuertes superávits (los denominados “petrodólares”), los países importadores netos de petróleo tuvieron un deterioro significativo de sus relaciones reales de intercambio (RRI) o relación entre los precios de exportación y los precios de importación, así como fuertes déficits de balanza comercial. (p. 10-11)

La crisis mencionada fue un catalizador para buscar alternativas energéticas y métodos de organización laboral que minimizaran el consumo de derivados del petróleo y los desplazamientos innecesarios de los empleados, es así que surgió el interés por encontrar formas alternativas de organizar el trabajo.

Surge inicialmente en los años 70, con la crisis del petróleo, con el objetivo primordial de ahorrar energía, evitando así desplazamientos que provocan consumo de derivados del petróleo. (Gallusser, 2005, p. 2)

3. Precursores del teletrabajo

Jack Nilles

Jack Nilles es ampliamente reconocido como uno de los pioneros y defensores más influyentes del concepto de teletrabajo. Se le atribuye haber acuñado el término **teletrabajo** y haber contribuido significativamente a la promoción y desarrollo de esta modalidad laboral en la década de 1970. Utilizó el término **teletrabajo** en su libro **The Telecommunications Transportation Tradeoff**, publicado en 1976. A través de este término, describió la idea de permitir

que los empleados realizaran su trabajo desde ubicaciones remotas, utilizando tecnologías de comunicación eliminando o reduciendo la necesidad de desplazamientos al lugar de trabajo tradicional como bien afirma “Si uno de cada siete trabajadores urbanos no tuviera que desplazarse a su sitio de trabajo, Estados Unidos no tendría la necesidad de importar petróleo.” (p. 4)

Durante su carrera, Nilles (1988) llevó a cabo investigaciones y estudios en el campo del teletrabajo, explorando sus implicaciones y beneficios. Sus investigaciones contribuyeron a generar evidencia sobre cómo el teletrabajo podía mejorar la eficiencia y reducir la necesidad de viajar al trabajo, como lo señalado en su artículo donde menciona como objetivo lo siguiente:

El teletrabajo no es una tecnología ni una colección de tecnologías. Más bien, es una opción de trabajo que reduce la dependencia del transporte al aumentar la dependencia de las tecnologías de la información: telecomunicaciones y, posiblemente, computadoras. El teletrabajo puede llevarse a cabo con una tecnología tan simple como un teléfono. Sin embargo, es probable que la mayoría de los teletrabajadores en el futuro cercano también utilicen microcomputadoras y módems como herramientas principales de trabajo. Para algunos teletrabajadores, instalaciones de telecomunicaciones bastante elaboradas (como videoconferencias, por ejemplo) y equipos informáticos pueden ser la norma." (Nilles, 1988, p. 301)

Jack Nilles (1988) abogó por la idea de que el teletrabajo no solo beneficiaba al personal proporcionándoles una mayor flexibilidad, sino que también tenía el potencial de reducir la congestión del tráfico y los problemas ambientales asociados con los desplazamientos diarios al afirmar que:

Un motivo claro para la expansión del teletrabajo es la reducción de la congestión del transporte, particularmente en áreas urbanas superpobladas. Con esa reducción vienen una serie de efectos secundarios, como la mejora de la calidad del aire, la disminución de las tasas de accidentes y lesiones de tráfico, la disminución de la demanda de nuevas autopistas (posiblemente), y la reducción del consumo de combustibles fósiles." (Nilles, 1988, p. 303)

Este autor es una figura importante en la historia del teletrabajo y su investigación ha tenido un impacto duradero en la forma en que las organizaciones consideran y adoptan esta modalidad laboral ya que su enfoque en la reducción de los desplazamientos y la utilización de la tecnología de la información y las comunicaciones para mejorar la eficiencia laboral ha sido fundamental para la evolución del teletrabajo a lo largo de varias décadas.

Frank Schiff

Frank Schiff También es una figura destacada en la historia del teletrabajo. The Washington Post (2006) aborda el tema de cómo influyó en la política económica nacional e internacional pero también de su interés en los acuerdos laborales flexibles:

Desempeñó un papel clave en la creación de Consejos de la Industria Privada locales en virtud de la Ley federal de Asociación de Capacitación Laboral. Tenía especial interés en los acuerdos laborales flexibles, como un mayor uso del lugar flexible y el trabajo compartido como alternativa a los despidos o el abandono de la fuerza laboral por parte de las mujeres. Dijo en 1983 que en situaciones en las que se había probado

el lugar flexible (trabajar en casa u otros lugares distintos de la oficina), la productividad mejoraba en la mayoría de los casos entre un 10 y un 20 por ciento y, a veces, sustancialmente más. (párr. 3)

A Schiff (1979) se le atribuye comúnmente la popularización del teletrabajo cuando aseguraba que:

Si el 10 por ciento de quienes viajan diariamente al trabajo todos los días de la semana comenzaran a trabajar en casa dos días a la semana, esto reduciría el volumen de dichos viajes en un 4 por ciento. Esta no es una cifra grande en términos absolutos, pero sí significativa en comparación con el déficit general del 3 al 5 por ciento en la disponibilidad de petróleo que se compró en las recientes líneas de gasolina. (p. 4)

Además, Schiff (1979) afirmaba que el teletrabajo tenía muchas ventajas:

La ventaja más obvia para los trabajadores es el tiempo que ganan al no desplazarse todos los días. Las posibles reducciones del tiempo de trabajo son actualmente una cuestión importante en las negociaciones entre los trabajadores y la dirección; La reducción del tiempo relacionado con el trabajo que aquí se propone es una forma mediante la cual los trabajadores pueden ganar tiempo adicional sin imponer costos adicionales a la gerencia. (p. 29)

Di Martino y Wirth

Es fundamental destacar la influencia de Di Martino y Wirth (1990) cuando señalan que:

Las innovaciones técnicas constituyen, sin duda, un factor esencial de ese desarrollo. La aparición de nuevas tecnologías en la segunda mitad del decenio de 1970 hizo del teletrabajo una alternativa tentadora en una época marcada por la crisis del petróleo y los elevados costos de los desplazamientos. (p.475)

Di Martino y Wirth (1990) explican que el término se encuentra en un proceso de evolución que ha extendido su significado original de trabajo electrónico a domicilio a formas más complejas. Además, resaltan lo siguiente:

La aparición de nuevas tecnologías en la segunda mitad del decenio de 1970 hizo del teletrabajo una alternativa tentadora en una época marcada por la crisis del petróleo y los elevados costos de los desplazamientos. La reducción gradual del precio de los equipos electrónicos, junto con el extraordinario avance de su capacidad, fiabilidad y rapidez, ha realzado la importancia del teletrabajo en el último decenio. El nuevo instrumental electrónico que utiliza incluye los ordenadores, a menudo para tratamiento de textos, y material de telecomunicaciones que se puede conectar entre sí según una diversidad de combinaciones y de sistemas. Algunos de ellos, como el télex, el fax y el correo electrónico llevan ya algún tiempo funcionando. Otros, como las teleconferencias vídeo en gran escala, pertenecen todavía al futuro. (ps. 470-471)

Durante la década de 1990, el teletrabajo experimentó una variada aceptación y desarrollo en diferentes partes del mundo. Se observó un aumento en la experimentación y adopción de esta modalidad laboral en numerosas empresas, tanto en el sector público como en el privado. El enfoque se centró en la flexibilidad del lugar de trabajo, con énfasis en la utilización de nuevas tecnologías de la

información y comunicación para permitir el trabajo a distancia. Esta evolución se vio impulsada por factores como la crisis del petróleo y los altos costos de desplazamiento, así como por la reducción gradual del precio y la mejora en la capacidad de los equipos electrónicos. A medida que avanzaba la década, el teletrabajo se diversificaba en diferentes modalidades, desde el trabajo electrónico en el propio domicilio hasta la implementación de centros satélites y vecinales. Este cambio hacia formas más complejas de teletrabajo reflejaba tanto sus beneficios potenciales, como: el aumento de la productividad y la flexibilidad laboral, como sus posibles desafíos: aislamiento, estrés y explotación laboral.

4. Satisfacción Laboral

Teoría de las necesidades de Abraham Maslow

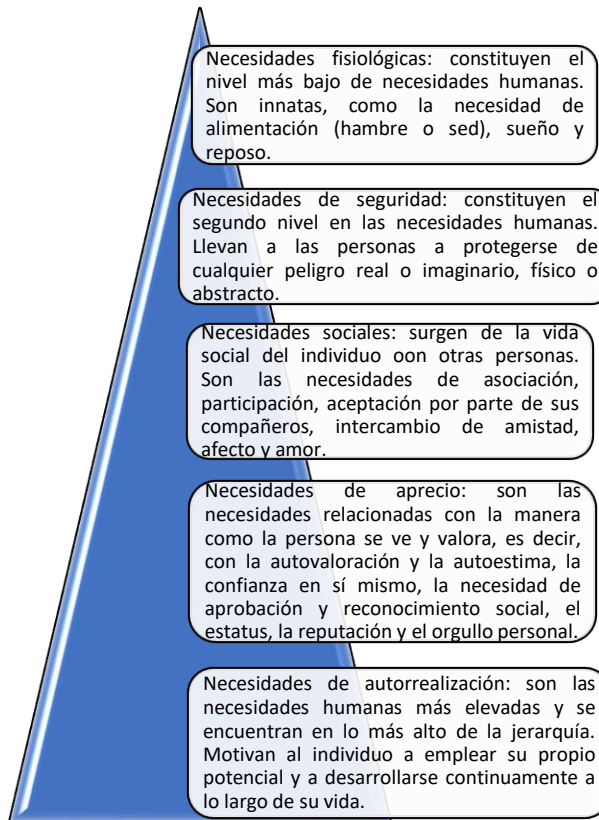
La teoría de las necesidades se fundamenta en la idea de que las motivaciones del comportamiento humano se originan en el propio individuo. Es decir, la razón para actuar y comportarse está impulsada por fuerzas internas. Algunas de estas necesidades son reconocidas de manera consciente, mientras que otras permanecen inconscientes. Una de las teorías motivacionales más destacadas es la propuesta por Maslow (1943) la cual señala que:

Las necesidades humanas se organizan en jerarquías de prepotencia. Es decir, la aparición de una necesidad suele basarse en la satisfacción previa de otra necesidad más prepotente. El hombre es un animal que siempre necesita. Asimismo, ninguna necesidad o impulso puede tratarse como si fuera aislado o discreto; cada impulso está relacionado con el estado de satisfacción o insatisfacción de otros impulsos.
(p. 370)

A continuación, en la figura 1 se presentan las cinco necesidades de la pirámide de Maslow:

Figura 1.

Necesidades de la pirámide de Maslow



Elaboración propia a partir de Chiavenato, I. (2019). Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones. McGraw-Hill Interamericana Editores. pp. 43-44.

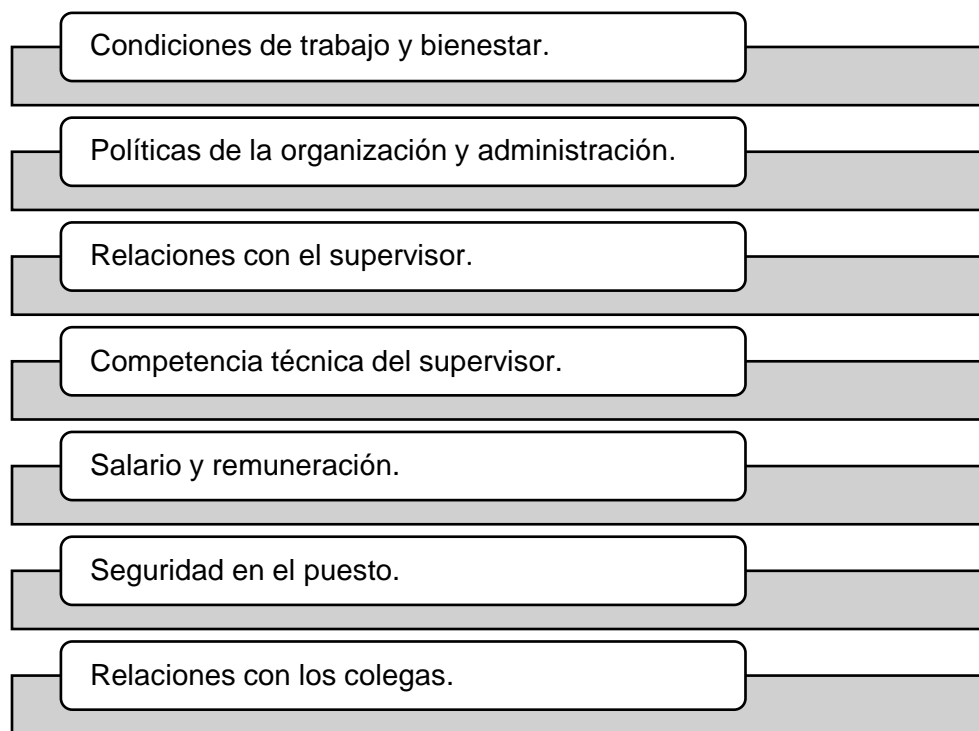
Teoría de los dos factores de Frederick Herzberg

Herzberg enfoca su análisis en factores externos (perspectiva extrínseca) y sostiene que la motivación en el trabajo depende de dos tipos de factores: higiénicos y motivacionales.

Factores higiénicos

Estos se relacionan con el entorno laboral y las condiciones que rodean al trabajador, como el salario, los beneficios, las políticas de la empresa, el tipo de supervisión y las relaciones laborales. Su función principal es prevenir la insatisfacción, pero no aumentan significativamente la satisfacción ni la motivación a largo plazo. Si estos factores son adecuados, evitan la insatisfacción; si son deficientes, generan descontento. Los ejemplos de factores higiénicos se pueden observar en figura 2:

Figura 2.
Factores higiénicos



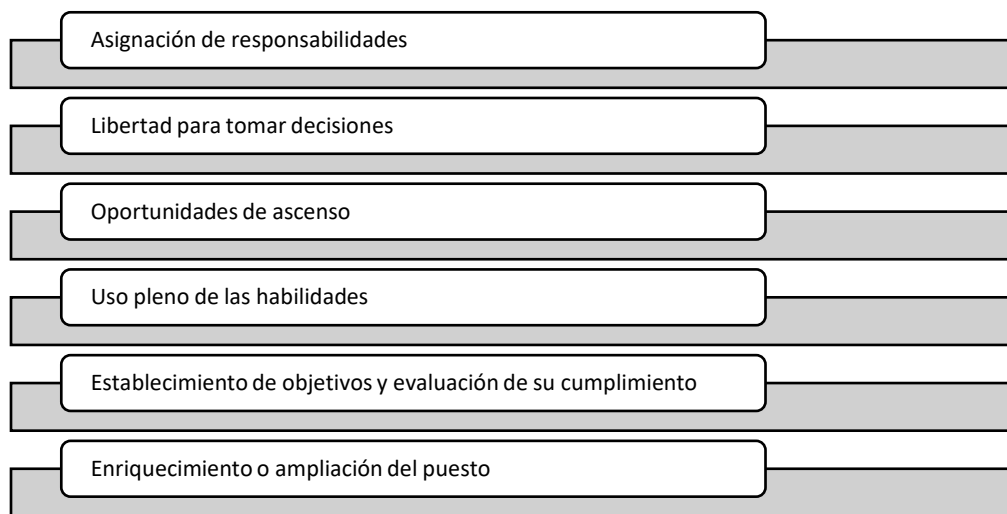
Elaboración propia a partir de Chiavenato, I. (2019). Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones, pp. 45-46. McGraw-Hill Interamericana Editores.

Factores motivacionales

Estos se vinculan directamente con las tareas y responsabilidades del puesto. Cuando están presentes, generan una satisfacción duradera y un aumento significativo en la productividad. Promueven el crecimiento personal, la realización profesional y el reconocimiento. En su ausencia, la satisfacción disminuye. Algunos ejemplos de ellos se pueden observar en la figura 3 que se presenta a renglón seguido:

Figura 3.

Factores motivacionales



Elaboración propia a partir de Chiavenato, I. (2019). Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones. pp. 45-46). McGraw-Hill Interamericana Editores.

Factores que afectan la satisfacción en el trabajo remoto

El trabajo remoto implica desafíos particulares que pueden influir tanto en la satisfacción como en la insatisfacción de los empleados. En la Tabla 1. se presentan los factores más relevantes tomando como base los enfoques de Herzberg y Maslow.

Tabla 1.

Comparación de factores de motivación y satisfacción de Abraham Maslow y Frederick Herzberg y con el trabajo remoto

Teoría de Herzberg	Descripción (Herzberg)	Teoría de Maslow	Descripción (Maslow)
Condiciones de trabajo	Espacio adecuado, equipo y tecnología funcional.	Necesidades fisiológicas	Espacio cómodo y recursos básicos disponibles.
Políticas organizacionales claras	Reglas claras sobre horarios y expectativas.	Seguridad	Claridad en expectativas y estabilidad laboral.
Relación con supervisores y colegas	Comunicación fluida para evitar aislamiento.	Pertenencia	Sentimiento de comunidad y pertenencia al equipo.
Remuneración y beneficios	Compensación justa y beneficios adicionales.	Reconocimiento	Reconocimiento de logros y esfuerzo.
Seguridad laboral	Percepción de estabilidad en el empleo.	Autorrealización	Oportunidad de desarrollo personal significativo.
Autonomía	Libertad para organizar tiempo y tareas.		
Reconocimiento y feedback	Valoración del desempeño a distancia.		
Crecimiento profesional	Acceso a formación y desarrollo profesional.		
Responsabilidad y toma de decisiones	Confianza mediante delegación de tareas relevantes.		

Ambas teorías nos muestran que para que las personas se sientan satisfechas trabajando de forma remota, no basta con evitar problemas; también es esencial brindar oportunidades que impulsen su crecimiento personal y profesional.

Es así que, las organizaciones deben encontrar un equilibrio entre atender los factores básicos, como buenas condiciones laborales y claridad en las políticas, y fomentar aspectos más profundos, como la autonomía, el reconocimiento y el sentido de pertenencia. Además, es fundamental reducir riesgos de insatisfacción, como el aislamiento o la falta de recursos adecuados. Al hacerlo, no solo mejorarán la experiencia del teletrabajo, sino que también lograrán mantener a sus empleados motivados, comprometidos y productivos.

Consideraciones finales

La revisión de la literatura sobre la satisfacción laboral en el teletrabajo muestra que esta modalidad, aunque aporta una gran flexibilidad, también plantea desafíos importantes que exigen una gestión cuidadosa. Tanto Herzberg como Maslow nos ayudan a ver que la satisfacción no depende solo de eliminar incomodidades o resolver problemas, sino de abordar las necesidades de los empleados de manera integral. Estos aspectos serán analizados en un posterior trabajo de investigación a ser realizado con profesores universitarios.

Para que el teletrabajo sea una experiencia positiva, es esencial encontrar un equilibrio entre las condiciones adecuadas de trabajo y los factores que realmente motivan y comprometen a las personas. Herzberg resalta que mantener un ambiente laboral saludable y estable es solo el primer paso. Más allá de esto, la verdadera satisfacción proviene de elementos como la autonomía, el reconocimiento y las oportunidades de crecimiento. En este sentido, un enfoque adecuado puede evitar que los empleados se sientan simplemente “cumpliendo” con sus tareas y, en su lugar, sentirse motivados y valorados en sus roles.

Maslow, por otro lado, aporta una dimensión más profunda al destacar que la satisfacción plena en el teletrabajo también depende de cubrir necesidades que van más allá de lo básico, como el sentido de pertenencia y la autorrealización.

Corresponderá revisar, en futuras investigaciones si en el teletrabajo, donde las interacciones son limitadas, las organizaciones deben esforzarse por crear un sentido de comunidad y ofrecer oportunidades de desarrollo que permitan a los empleados alcanzar su máximo potencial.

Se considera que el rol de la organización es, entonces, clave para transformar el teletrabajo en una experiencia satisfactoria, adoptando políticas claras, ofreciendo flexibilidad y fomentando la conexión entre empleados para reducir el aislamiento y fortalecer la sensación de equipo.

Referencias Bibliográficas

CES-UNICE-UEAPME-CEEP (Confederación Europea de Sindicatos, Unión de Confederaciones Industriales y Empresariales de Europa, Asociación Europea del Artesanado y de la Pequeña y Mediana Empresa y Centro Europeo de Empresas de Servicios Públicos) (2002) European Framework Agreement on Telework. Bruselas. <https://www.etuc.org/en/framework-agreement-telework>

Chiavenato, I. (2019) *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones*. McGraw-Hill Interamericana Editores.

Di Martino, V., Wirth, W., (1990) Teletrabajo: un nuevo modo de trabajo y de vida. *Revista Internacional del Trabajo*, 109(4),469-497. [https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/P/09645/09645\(1990-109-4\)469-497.pdf](https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/P/09645/09645(1990-109-4)469-497.pdf)

Gallusser, P. (2005) Creciente avance del teletrabajo como modalidad laboral. El caso de la teletraducción en Rosario. *Revista La Trama de la Comunicación*, 10, 405–421. <https://doi.org/10.35305/lt.v10i0.160>

Ley 126 (2020) Que establece y regula el teletrabajo en la República de Panamá. https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/28965_A/GacetaNo_28965a_20200219.pdf

Maslow, A. (1943) A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4),370-396.https://archive.org/details/sim_psychological-review_1943-07_50_4/page/370/mode/2up?view=theater

Martín Nieto, A. (2015). *La crisis petrolera de 1973: repercusiones económicas, institucionales y de pensamiento económico*. [Tesis de Licenciatura. Universidad Zaragoza]. <https://zaguan.unizar.es/record/48198/files/TAZ-TFG-2016-255.pdf>

Nilles, J. (1988). Traffic reduction by telecommuting: A status review and selected bibliography. *Transportation Research Part A: General*, 22(4), 301-317. [https://doi.org/10.1016/0191-2607\(88\)90008-8](https://doi.org/10.1016/0191-2607(88)90008-8)

OIT (Organización Internacional del Trabajo). (1996). *Convenio sobre el trabajo a domicilio*, 1996 (núm. 177). https://normlex.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID:312322

Schiff, F. (1 de septiembre de 1979) Working at home can save gasoline. *The WashingtonPost*.<https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/1979/09/02/working-at-home-can-save-gasoline/ffa475c7-d1a8-476e-8411-8cb53f1f3470/>

Sempere, A.V. y San Martín, C. (2002) *Nuevas tecnologías y relaciones laborales*. Arazandi. Pamplona. <https://revistas.udep.edu.pe/derecho/article/view/1537/1260>

Tellez, J. (2007) Teletrabajo. *Instituto de Investigaciones Jurídicas*. UNAM. México. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/5/2458/43.pdf>

The Washington Post. (28 de agosto de 2006) Frank Schiff; Influenced Foreign And Domestic Economic Policy.<https://www.washingtonpost.com/archive/local/2006/08/28/frank-schiff/bbb82972-0df7-48ca-9083-7df763d8c733/>

LA HIPERPERSONALIZACIÓN, COMO ESTRATEGIA DE MARKETING DE LOS BANCOS

HYPER-PERSONALIZATION AS A MARKETING STRATEGY FOR BANKS.

Juan Armengol

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad,
Panamá

Correo electrónico: argolcliente@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-4684-5581>

Yolanda Bazán de Franco

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad,
Panamá

Correo electrónico: yolandabazandefranco@yahoo.com <https://orcid.org/0000-0003-0842-8637>

Fecha de recepción: 9 de agosto de 2024 Fecha de aceptación de 20 de septiembre de 2024



DOI <https://doi.org/10.48204/2953-3147.6625>

Resumen

Este artículo presenta el resultado de una investigación que ha hecho un recorrido de las principales definiciones conceptuales y teorías sobre hiperpersonalización y estrategia de marketing aplicados a clientes bancarios. Asimismo, se realiza una revisión exhaustiva de las tesis, artículos científicos e investigaciones realizadas sobre la hiperpersonalización como estrategia de marketing aplicada a clientes

bancarios, en diferentes países del mundo. La base conceptual recabada permite determinar el estado del arte y preparar el marco teórico que apoyará el análisis de los datos empíricos que serán recabados, mediante encuestas, aplicadas a los responsables del marketing en los bancos panameños, en una segunda etapa de la investigación.

Palabras Clave: Hiperpersonalización, estrategia de marketing, bancos.

Abstract

This article presents the result of research that has looked at the main conceptual definitions and theories of hyper-personalization and marketing strategy, applied to banking customers. Likewise, an exhaustive review of the theses, scientific articles and research carried out on hyper-personalization as a marketing strategy applied to bank customers, in different countries of the world is carried out. The conceptual basis collected allows to determine the state of the art and prepare the theoretical framework that will support the analysis of the empirical data that will be collected through surveys applied to those responsible for marketing in Panamanian banks in a second stage of the research.

Keywords: Hyper-personalization, marketing strategy, banks.

Introducción

La hiperpersonalización en el marketing ha emergido como una estrategia clave en la era digital, impulsada por tecnologías como la inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático (ML). Desde 2017, numerosos estudios han explorado sus implicaciones y beneficios en diversos contextos. Kumar et al. (2023) destacan que la hiperpersonalización permite a las empresas ofrecer experiencias altamente personalizadas a los clientes, mejorando significativamente su lealtad y disposición a pagar más. Este enfoque se basa en el análisis de grandes volúmenes de

datos para identificar patrones y tendencias en el comportamiento del consumidor, lo que permite a las empresas anticipar sus necesidades y deseos antes de que los expresen.

El empleo de modelos predictivos basados en IA y ML ha sido fundamental para el desarrollo de la hiperpersonalización. Singh y Kaunert (2024) señalan que estas tecnologías permiten a las marcas descomponer vastos conjuntos de datos, para establecer perspectivas que faciliten la creación de experiencias dinámicas y personalizadas. Este enfoque no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que fomenta su lealtad y defensa de la marca.

Davenport (2023) discute el papel de la IA en la hiperpersonalización, destacando que los métodos basados en IA son mucho más precisos que los enfoques anteriores debido al uso de datos más sofisticados y en mayor cantidad. Sin embargo, también señala que la creciente preocupación por la privacidad de los datos ha generado una reacción en contra de la hiperpersonalización, lo que plantea desafíos éticos y regulatorios a las empresas.

La hiperpersonalización trasciende la segmentación tradicional del marketing al utilizar IA y ML para ofrecer recomendaciones y ofertas en tiempo real, adaptadas a las preferencias individuales de cada cliente. Esto se logra mediante la creación de perfiles completos y unificados de clientes, utilizando plataformas de datos de clientes (CDP) que integran diversas fuentes de información (Rane et al., 2023).

Metodología

El presente estudio se define como de revisión documental ya que se enfoca en realizar una exhaustiva búsqueda y análisis de la literatura: investigaciones, artículos científicos y tesis que hayan investigado la hiperpersonalización del cliente, como una estrategia de marketing, fundamentalmente en el sector bancario.

Hiperpersonalización

De acuerdo con Rane et al. (2023) la hiperpersonalización se refiere a una estrategia específicamente diseñada para satisfacer las necesidades y preferencias del consumidor individual. Se señala que es un método en el que las empresas utilizan datos en tiempo real para personalizar la experiencia de cada usuario (Maddodi, 2021). Otra definición equipara la hiperpersonalización a la creación de productos, servicios y contenido muy específicos del cliente (Darshana, 2022).

Para Thomas (2023), la hiperpersonalización consiste en algo más que simplemente utilizar el nombre del cliente en un correo electrónico. Es el uso de técnicas anteriores de segmentación y análisis para identificar diferentes grupos de clientes y luego interactuar de manera personalizada con ellos.

De igual forma Ashok (2022) señala que la hiperpersonalización implica comunicación proactiva y campañas de marketing personalizadas. Los sistemas CRM ajustan dinámicamente el contenido y las ofertas según las interacciones del cliente, mejorando la experiencia. La integración omnicanal es crucial para una experiencia fluida y coherente en todos los puntos de contacto. La conciencia del contexto, como ubicación, hora, dispositivo e intención del usuario, es clave en la hiperpersonalización efectiva.

Teoría de la personalización en el marketing

Expuesta por Chandra et al. (2022), la teoría se centra en la acción de diseñar y producir contenido y productos que coincidan con las preferencias del cliente. Sostiene que la personalización puede reducir la fatiga del cliente y el tiempo en la toma de decisiones, disminuyendo así su carga cognitiva. Abarca seis temas principales: paradoja de la privacidad y personalización, publicidad personalizada, concepto y discurso de la personalización en el marketing, y conocimientos del cliente en el marketing personalizado. Alienta el uso de tecnologías de nueva generación como la inteligencia artificial, el big data, blockchain, internet de las

cosas y dispositivos portátiles para explorar nuevas formas de crear experiencias personalizadas en canales en línea y fuera de línea.

Teoría de la personalización en la experiencia del cliente

Se enfoca en cómo las empresas pueden personalizar la experiencia del cliente para mejorar su satisfacción y lealtad (Wirtz y Pitardi, 2023). Sugiere que la personalización puede lograrse a través de la recopilación y análisis de datos del cliente, permitiendo a las empresas ofrecer productos y servicios que se adapten a sus preferencias individuales. Aborda los desafíos éticos y de privacidad asociados con la personalización.

Teoría de la inteligencia artificial y la hiperpersonalización

Examina cómo las empresas pueden utilizar la inteligencia artificial (IA) para mejorar la experiencia del cliente a través de la hiperpersonalización (Maddodi, 2021). Sostiene que la IA puede identificar patrones y tendencias, lo que permite a las empresas ofrecer recomendaciones y ofertas personalizadas. Destaca el papel de la IA en la automatización de procesos de marketing, lo que puede aumentar la eficiencia y reducir los costos. Aborda los desafíos y limitaciones de la IA en la hiperpersonalización, incluyendo cuestiones de privacidad y seguridad de los datos.

Teoría de la hiperpersonalización para mejorar la lealtad y satisfacción del cliente

Se centra en cómo las tecnologías avanzadas y las estrategias pueden aumentar las capacidades de los sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) (Junhyung et al., 2023). La inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático son elementos clave en esta evolución, permitiendo a los sistemas CRM analizar grandes conjuntos de datos y extraer valiosos conocimientos sobre los comportamientos, preferencias y necesidades individuales de los clientes. El uso de análisis predictivos y motores de recomendación permite personalizar las

interacciones, asegurando a los clientes contenido y productos ajustados a sus preferencias. Las plataformas de datos de clientes (CDP) y herramientas avanzadas de segmentación son claves para categorizar clientes y ofrecer interacciones personalizadas.

Teoría de la personalización y la personalización en masa

La teoría se centra en cómo las tecnologías de personalización pueden ayudar a aliviar los desafíos de la personalización en masa (Tiihonen y Felfernig, 2017). Se adapta la información a las necesidades específicas de cada usuario, facilitando la búsqueda de servicios o productos y recomendando opciones relevantes. Permite producir productos variados a costos similares a la producción en masa, ofreciendo flexibilidad y planteando desafíos para hacer los procesos de producción más adaptables. Reduce la confusión producida, por demasiadas opciones que dificultan la decisión de compra.

Estrategia de marketing

Brege y Kindström (2020), definen la estrategia de marketing como "un conjunto coherente de actividades que crean valor para los clientes y se alinean con los objetivos generales de la empresa" (p. 3). Resaltan la importancia de la coherencia en las iniciativas de marketing, lo que implica que un plan de marketing exitoso no sólo debe estar centrado en el cliente sino también en línea con los objetivos generales de la organización. Flaig (2023) analiza las estrategias de configuración del mercado y afirma que "las estrategias de configuración del mercado implican esfuerzos deliberados para alterar las características del mercado para crear valor y ventaja competitiva"(p. 102).

Kotler y Keller (2016) exponen que la estrategia de marketing es "el proceso de planificación, implementación y evaluación de las actividades de una organización para lograr sus objetivos satisfaciendo las necesidades y deseos de los mercados objetivo" (p. 27). Esta ayuda a armonizar los objetivos corporativos con las necesidades del mercado. Destaca que existe una brecha en la evaluación y predicción constante de los cambios de comportamiento de los clientes, basándose en ciertos datos y marcos lógicos. Así, las organizaciones pueden diseñar de manera más eficiente estrategias flexibles y con visión de futuro que cumplan y vayan más allá de las expectativas de los clientes y sigan siendo relevantes en el mercado.

Porter (1985) afirma: "Una estrategia de marketing es el medio por el cual una empresa busca alcanzar sus objetivos de marketing" (p. 16). Subraya la necesidad de centrarse en la estrategia de marketing como una de las herramientas que permite alcanzar los objetivos generales de marketing de la empresa seguidos de los objetivos operativos. Ayuda a comprender que la estrategia de marketing es parte de la arquitectura estratégica general de una organización y no simplemente un conjunto de planes de implementación separados. Esto permite aplicar previsiones estratégicas para fortalecer la posición de la marca, mantener la presencia en el mercado y aumentar el valor para los accionistas a largo plazo. La conexión permite a las personas hacer florecer los negocios dentro de los entornos porque deja de ser una herramienta o estrategia defensiva para convertirse en un acelerador de crecimiento y ventaja competitiva.

Saiyed et al. (2023) enfatizan que "la implementación del concepto de mercadeo sugiere que los clientes deben ser centrales en las decisiones de estrategia de mercadeo" (p.15). Resalta la importancia de colocar las necesidades y deseos del consumidor en la estrategia de marketing como el eje central, ya que aborda los objetivos del mercadeo en algunas campañas de mercadeo, en los que se profundiza en la mezcla de mercadeo moderno, el mercadeo analítico, estrategias y gestión de riesgos.

Srisusilawati et al. (2023) indican que "la estrategia de marketing es un proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y construyen relaciones sólidas para capturar valor a cambio" (p. 2038).

Teoría de la orientación al mercado

Resalta la necesidad de entender y satisfacer las necesidades de los clientes para lograr el éxito empresarial. Kohli y Jaworski (1990) definen esta orientación como la generación, difusión y respuesta a la inteligencia del mercado. Las empresas con orientación al mercado se adaptan mejor a los cambios y ofrecen productos que satisfacen a los clientes.

Teoría de la ventaja competitiva

Porter (2008) señala cómo las empresas pueden lograr y mantener una ventaja en el mercado, proponiendo tres estrategias genéricas: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque. Las organizaciones deben elegir una estrategia y alinearla con sus recursos para tener éxito. Subraya la relevancia de evaluar las fuerzas competitivas del entorno industrial, puntualizando: la amenaza de nuevos competidores, el poder negociador de proveedores y compradores, la amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre competidores.

Teoría de la cadena de valor

Porter (2008) se enfoca en cómo las actividades de una empresa pueden generar valor para los clientes y mejorar su ventaja competitiva. Categoriza las actividades en primarias y de apoyo, y cada una puede añadir valor y potenciar la ventaja competitiva. Las actividades primarias incluyen: logística interna, operaciones, logística externa, marketing, ventas, y servicio al cliente. Las actividades de apoyo abarcan: infraestructura, gestión de recursos humanos,

desarrollo tecnológico y adquisiciones. Subraya la necesidad de analizar y optimizar estas actividades para maximizar el valor para los clientes.

Teoría de la segmentación del mercado

Smith (1956) resalta la importancia de dividir el mercado en segmentos más pequeños y homogéneos para atender mejor las necesidades de los clientes. Esto permite a las empresas identificar y dirigirse a grupos específicos con productos y servicios adaptados a sus preferencias. Usa criterios como: demografía, psicografía, comportamiento y geografía para identificar segmentos relevantes.

Sugiere desarrollar estrategias diferenciadas y adaptar la mezcla de marketing a cada segmento.

Teoría del marketing relacional

Kotler (1992) se centra en la importancia de construir y mantener relaciones a largo plazo con los clientes para lograr el éxito empresarial. El marketing relacional implica un enfoque en la satisfacción y lealtad del cliente, en lugar de centrarse únicamente en las transacciones a corto plazo. Aborda las implicaciones del marketing relacional en la estrategia de marketing, sugiriendo que las empresas deben adoptar un enfoque centrado en el cliente y desarrollar programas de fidelización y estrategias para retener clientes. También examina los desafíos y oportunidades del marketing relacional en el entorno digital, resaltando la relevancia de utilizar tecnologías y plataformas digitales para mejorar la interacción y el compromiso con los clientes.

Resultados y discusión

Thu Thuy y Van Khanh (2024) investigaron los factores que afectan la experiencia del cliente en el uso de la banca digital en Vietnam. Utilizaron un modelo de ecuaciones estructurales para analizar los datos recopilados a través de encuestas. Los resultados mostraron que la digitalización y la calidad del servicio tenían un impacto significativo en la satisfacción del cliente. Vyankatesh et al. (2024) analizaron el impacto de la digitalización en la gestión de la experiencia del cliente en la banca minorista en Singapur e Indonesia. Utilizaron un marco conceptual basado en la revisión de la literatura existente sobre tecnologías digitales y su impacto en el comportamiento del consumidor y las medidas de experiencia del cliente. Los resultados destacaron la importancia de la digitalización para ofrecer experiencias totalmente digitales y sin fricciones.

El estudio de Rane et al. (2023) empleó sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM) potenciados por inteligencia artificial (IA) y aprendizaje automático (ML) para analizar grandes conjuntos de datos y extraer información valiosa sobre los comportamientos, preferencias y necesidades individuales de los clientes. La incorporación de análisis predictivos y motores de recomendación permitió la personalización de las interacciones, asegurando que los clientes recibieran contenido y recomendaciones de productos, adaptados a sus perfiles. Chandrima y Manish (2022) analizaron la eficacia de las funciones bancarias al implementar inteligencia artificial para mejorar la satisfacción del cliente en India. Utilizaron entrevistas y encuestas para recopilar datos sobre la experiencia del usuario con “chatbots” (robots conversacionales) en plataformas bancarias en línea. Mostraron que el uso de estos mejoraba significativamente la satisfacción del cliente y la eficiencia de los procesos bancarios.

Berrin (2021) llevó a cabo un estudio en Turquía para investigar la satisfacción del cliente en el uso de “chatbots” (robots conversacionales) bancarios. Utilizó el modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) para analizar las relaciones entre las variables. Los resultados mostraron que el rendimiento, la confianza percibidos y la reputación corporativa afectaban significativamente la satisfacción del cliente con el uso de los referidos robots. Melpomeni (2021) realizó un análisis del comportamiento y la aceptación de la banca digital en Grecia durante el período de Covid-19. Utilizó un modelo de ecuaciones estructurales y modelos de regresión logística múltiple para derivar qué tanto los factores tecnológicos como personales impactaban en el uso y mantenimiento de la banca digital. Las características técnicas de las aplicaciones, como la facilidad de inicio de sesión y la seguridad, influyeron en la satisfacción de los usuarios.

Dipa et al. (2020) estudiaron el papel de la intimidad del cliente en el aumento de su lealtad en bancos islámicos de Indonesia. Utilizaron un modelo de aceptación de tecnología extendido (TAM) que incluía variables externas como la intimidad del cliente, el riesgo percibido, la confianza y el cumplimiento de la ley islámica. Los resultados mostraron que la intimidad del cliente no solo fomentaba la lealtad, sino que también afectaba los factores que la determinan.

Zouari y Abdelhedi (2021) examinaron el impacto de la digitalización en la satisfacción del cliente en la banca islámica en Túnez. Utilizaron un modelo SERVQUAL extendido, que incluía dimensiones de digitalización y cumplimiento. Los resultados mostraron una relación positiva y significativa entre las principales dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, excepto por los tangibles. Sin embargo, destaca la importancia de la digitalización en la banca islámica. Rahil et al. (2022) analizaron los retos y oportunidades de aplicar la hiperpersonalización en el sector bancario, identificando obstáculos como la privacidad de datos y la integración de sistemas, pero también destacando mejoras en la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Junhyung et al. (2023) analizan

los retos y las oportunidades de aplicar la hiperpersonalización en la banca. Identifican obstáculos como la privacidad de datos y la integración de sistemas y también resaltan beneficios como la mejora en eficiencia operativa y satisfacción del cliente.

Ashok (2022) señala que muchos bancos aún adoptan un enfoque no personalizado para la interacción con los clientes, lo que resulta en bajas tasas de conversión y clientes insatisfechos. Sin embargo, los clientes valoran las ofertas relevantes que se alinean con su contexto y necesidades, lo que subraya la importancia de la hiperpersonalización. Por otro lado, Darshana (2022) investiga el impacto de la hiperpersonalización en la eficiencia operativa de los bancos. Patel (2018) concluye que la implementación de estrategias de hiperpersonalización puede disminuir considerablemente los costos operativos al optimizar los procesos y mejorar la precisión de las decisiones de marketing.

Chandrima y Manish (2022) estudian sobre cómo la hiperpersonalización puede incrementar la eficiencia operativa en los bancos. Afirman que esta práctica ayuda a optimizar procesos y decisiones de marketing, reduciendo costos operativos y mejorando la eficacia. Santiago et al. (2020) investigan el uso de algoritmos de aprendizaje automático para personalizar las ofertas de productos bancarios en tiempo real. Concluyen que la implementación de estos algoritmos no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también aumenta la eficiencia operativa de los bancos al reducir el tiempo y los recursos necesarios para procesar solicitudes de productos personalizados.

Akolkar (2024) analiza el papel de la hiperpersonalización en la mejora de la experiencia del cliente en la banca móvil. El estudio concluye que la hiperpersonalización permite a los bancos ofrecer experiencias más relevantes y contextuales a sus clientes móviles, lo que a su vez mejora la satisfacción y la retención. En una investigación similar, Jonnalagadda (2023) explora el impacto de la hiperpersonalización en la lealtad del cliente en el sector bancario, utilizando un

enfoque basado en datos que le permitió demostrar que los clientes que reciben ofertas personalizadas tienen una probabilidad significativamente mayor de permanecer leales a su banco, en comparación con aquellos que reciben ofertas genéricas. Rodrigues et al. (2020) analizaron el efecto de la hiperpersonalización en la fidelidad del cliente dentro del sector bancario. Ellos concluyen que los clientes que reciben ofertas personalizadas tienen una probabilidad considerablemente mayor de mantenerse fieles a su banco, en comparación con aquellos que reciben ofertas genéricas.

Mendia et al. (2022) utilizaron un enfoque basado en datos para la hiperpersonalización de la experiencia del cliente en el sector bancario. El estudio se realizó en México, y tuvo como objetivo identificar los beneficios de una estrategia de hiperpersonalización en el número total de clientes que pueden recibir experiencias personalizadas. La investigación se centró en la integración de datos de clientes provenientes de puntos de contacto digitales y físicos, con el fin de llenar la información incompleta en las bases de datos de clientes. Los resultados mostraron que la implementación de estrategias de hiperpersonalización aumentaron, significativamente, el número de clientes que podían recibir experiencias personalizadas.

Payne et al. (2021) investigaron el impacto de la hiperpersonalización en la adopción de servicios bancarios digitales, concluyendo que esta juega un papel crucial en la adopción de estos servicios, ya que permite a los bancos ofrecer experiencias más atractivas y personalizadas que fomentan la adopción y el uso continuo de los servicios digitales. Ayinaddis et al. (2023) se centraron en el uso de la hiperpersonalización para mejorar la gestión de riesgos en el sector bancario. Sostienen que la hiperpersonalización permite a los bancos identificar y mitigar riesgos de manera más eficiente, proporcionando una visión más detallada y precisa del comportamiento y las necesidades de los clientes.

Un artículo de Thomas (2023) destaca que los bancos pueden utilizar estrategias de adquisición digital hiperpersonalizadas para impulsar el crecimiento, adaptando las ofertas y proporcionando un camino sin fricciones hacia la compra.

El uso de la IA y el aprendizaje automático es esencial para la hiperpersonalización en el sector bancario. Estas tecnologías permiten a los sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM) analizar grandes conjuntos de datos y extraer información valiosa sobre los comportamientos, preferencias y necesidades individuales de los clientes (Rane et al., 2023). La incorporación de análisis predictivos y motores de recomendación permite la personalización en tiempo real de las interacciones, asegurando que los clientes reciban contenido y recomendaciones de productos adaptados a sus perfiles únicos. Un aspecto clave de la hiperpersonalización es la creación de perfiles de clientes completos y unificados. Las plataformas de datos de clientes (CDP) juegan un papel crucial en este proceso, unificando fuentes de datos dispares para crear un perfil integral del cliente (Rane et al., 2023). Además, las herramientas avanzadas de segmentación de clientes ayudan a categorizar a los clientes en función de diversos criterios, facilitando interacciones dirigidas y personalizadas.

El estudio de Anetta (2022) señala que la personalización, con el uso de los sistemas CRM que ajustan dinámicamente el contenido y las ofertas en función de las interacciones del cliente, es altamente efectivo para proporcionar una experiencia fluida y relevante. La capacidad de proporcionar una experiencia personalizada, fluida y coherente en los distintos puntos de contacto es crucial para mantener la relevancia y la satisfacción del cliente (Gnaneswari, 2023). Rahil et al. (2022) destaca cómo las experiencias personalizadas están moldeando el futuro de los servicios financieros, ofreciendo perspectivas únicas sobre el mundo en evolución de la banca.

La adopción de la hiperpersonalización en el sector bancario también enfrenta desafíos, por ello, muchos bancos aún adoptan un enfoque no personalizado para la interacción con los clientes, lo que resulta en bajas tasas de conversión y clientes insatisfechos. Sin embargo, existe evidencia de que los clientes valoran las ofertas relevantes que se alinean con su contexto y necesidades, lo que subraya la importancia de la hiperpersonalización (Mendia et al., 2022) .

Conclusiones

Los estudios analizados permiten concluir que la adopción de estrategias omnicanal es un componente esencial de la hiperpersonalización, lo que contribuye a proporcionar una experiencia personalizada, fluida y coherente en los distintos puntos de contacto, para mantener la relevancia y la satisfacción del cliente. La conciencia del contexto, que considera factores como la ubicación, la hora, el dispositivo utilizado y la intención del usuario, también es fundamental para la hiperpersonalización efectiva. Aunque la hiperpersonalización enfrenta desafíos éticos y regulatorios, sus beneficios en términos de satisfacción y lealtad del cliente son evidentes.

Uno de los elementos definitorios de la hiperpersonalización es el uso de datos de los clientes para conocer, en profundidad, sus necesidades y preferencias, con el uso de la IA y herramientas analíticas como un CRM. En aplicaciones más específicas de la tecnología, la literatura hace referencia a la hiperpersonalización del cliente en el sector bancario, acción que ha emergido como una estrategia crucial para mejorar la experiencia del cliente y aumentar su lealtad. Según un estudio reciente, la hiperpersonalización permite a los bancos comprender mejor las necesidades y preferencias individuales de sus clientes, lo que resulta en interacciones más relevantes y satisfactorias (Suat, 2023).

Los expertos en marketing estratégico coinciden en que hay muchos enfoques diferentes para la estrategia de mercadeo, destacando no solo su importancia en la consecución de los objetivos organizacionales, sino también la importancia de comprender profundamente los deseos y motivaciones del cliente, en un entorno donde la hiperpersonalización y el alineamiento con las expectativas del consumidor se convierten en pilares fundamentales del éxito de las estrategias de mercadeo.

La tecnología ha sido utilizada de diversas maneras para investigar y mejorar la satisfacción del cliente en el sector bancario. Estos incluyen desde el uso de inteligencia artificial y aprendizaje automático para personalizar las interacciones con los clientes, hasta la implementación de “chatbots” (robots conversacionales) y la digitalización de servicios bancarios.

Referencias bibliográficas

- Akolkar, H. R. (2024) *Examining the Impact of Artificial Intelligence on Customer Satisfaction in the Banking Sector: A Quantitative Analysis* [Doctoral Dissertation, WestcliffUniversity]. <https://www.proquest.com/openview/65fadee6b8f9bf8ffd16fb9d317632f9/1?pg-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Anetta, P. (2022) Hyper-Personalization as a Customer Relationship Management Tool in a SMART Organization. *Problemy Zarządzania - Management Issues*. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.97.5>
- Ashok, A. (2022) Navigating the Landscape of Hyper Personalization in Financial Services: Challenges, Mitigations and Strategies. *Journal of Economics & Management Research*. [https://doi.org/10.47363/jesmr/2022\(3\)221](https://doi.org/10.47363/jesmr/2022(3)221)
- Ayinaddis, S. G., Taye, B. A., y Yirsaw, B. G (2023). Examining the effect of electronic banking service quality on customer satisfaction and loyalty: an implication for technological innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12, 1-18.
- Berrin, E. (2021) Determinants of customer satisfaction in chatbot use: evidence from a banking application in Turkey. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/ijbm-02-2020-0056>

Brege, H., y Kindström, D. (2020) Exploring proactive market strategies. *Industrial Marketing Management*, 84, 75-88.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.05.005>

Chandra, S. Verma, S. Lim, W. M.Kumar, S., y Donthu, N. (2022) Personalization in personalized marketing: Trends and ways forward. *Psychology & Marketing*, 39(8), 1529-1562.

Chandrima, B., y Manish, D. S. (2022) The Role of Artificial Intelligence in Banking for Leveraging Customer Experience. *Australasian Business, Accounting and Finance Journal*. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v16i5.07>

Darshana, D. (2022) Hyper-Personalization: An AI-Enabled Personalization for Customer-Centric Marketing. *Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and E-Services*. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7959-6.ch003>

Davenport, T. H. (2023) Hyper-personalization for customer engagement with artificial intelligence. *Management and Business Review*, 3(1-2), 29-36.

Dipa, M. Dipa, M. Hardius, U. Hardius, U. Novia Budi, P. Novia Budi, P. Novia Budi, P., y Novia Budi, P. (2020) The role of customer intimacy in increasing Islamic bank customer loyalty in using e-banking and m-banking. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/jima-09-2019-0190>

Flaig, A. (2023) *Market-Shaping as Meta-Strategy: A Strategy of Strategies* [Linköping University Electronic Press].

Gnaneswari, G. (2023) Conversational Agent Architecture for OTT platform Confederation Consumer Hyper Personalization and Assistance. *2023 IEEE International Conference on Contemporary Computing and Communications (InC4)*. <https://doi.org/10.1109/inc457730.2023.10262975>

Jonnalagadda, S. (2023) *Bank of Things (BoT): Digital Transformation of Banks Using IoT to Enhance Customer Experience* [Master of Science in Management Information Systems University of Nebraska at Omaha]. <https://www.proquest.com/openview/13c868dc0bf56fa5949c0c4c87683b78/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

Junhyung, K. Kijun, K., y Jinho, K. (2023). Contextual Bandits for Hyper-Personalization based on User Behavior in Local Domain. *BehavRec@RecSys*. <https://www.semanticscholar.org/paper/5fa104bc6ecdc4d8c8753002d3a9bf8a525ebcb1>

Kohli, A. K., y Jaworski, B. J. (1990) Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1-18. <https://doi.org/10.1177/002224299005400201>

Kotler, P. (1992) Marketing's new paradigms: What's really happening out there. *Planning Review*, 20(5), 50-52. <https://doi.org/10.1108/eb054382>

Kotler, P., y Keller, K. (2016) Marketing management (15th ed.). *Pearson*.

Kumar, S. Ashoka Rajan, R. Swaminathan, A., y Johnson, E. (2023) Hyper-personalization and Its Impact on Customer Buying Behaviour. In I. J. Jacob, S. Kolandapalayam Shanmugam, yI. Izonin, *Data Intelligence and Cognitive Informatics* Singapore.

Maddodi, S. (2021) Artificial intelligence and hyper-personalization for improving customer experience. *Dogo Rangsang Research Journal*, 10.

Melpomeni, A. (2021). Behavioral Analysis of Digital Banking Acceptance and Customer Satisfaction, in Greece. *International Finance and Banking*. <https://doi.org/10.5296/ifb.v8i2.18769>

Mendia, J. M. V. Mendia, J. M. V. Flores-Cuautle, J. J. A. Flores-Cuautle, J. J. A., y Flores-Cuautle, J. J. A. (2022) Toward customer hyper-personalization experience — A data-driven approach. *Cogent Business & Management*. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2041384>

Patel, J. (2018) Effect of demographic variables on e-marketing strategies: A review. *International Journal of Academic Research and Development*, 3(1), 311-321.

Payne, E. H. M. Peltier, J. W., y Barger, V. A. (2021) Enhancing the value co-creation process: artificial intelligence and mobile banking service platforms. *Journal of Research in Interactive Marketing*.

Porter. (1985) *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. NY: Free Press.

Porter, M. E. (2008) *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. simon and schuster.

Rahil, D. Riya, M. Devanshi, M., y Abhijit, J. (2022) Predicting Learning Behavior Using Hyper-Personalization and Attentiveness Measure. *International Conference on Awareness Science and Technology*.
<https://doi.org/10.1109/icast55766.2022.10039646>

Rane, N. Saurabh, C., y Jayesh, R. (2023) Hyper-personalization for enhancing customer loyalty and satisfaction in Customer Relationship Management (CRM) systems. *Social Science Research Network*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4641044>

Rodrigues, J. F. C. Ferreira, F. A. F. Pereira, L. F. Carayannis, E. G., y Ferreira, J. J. M. (2020) Banking Digitalization: (Re)Thinking Strategies and Trends Using Problem Structuring Methods. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 69, 1517-1531.

Saiyed, A. A. Shaikh, A., y Gupta, S. (2023) Entrepreneurial marketing strategy in craft-based businesses in an emerging market: a qualitative interpretivist approach. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 26(2), 279-302. <https://doi.org/10.1108/JRME-04-2022-0058>

Santiago, C.-V. Santiago, C.-V. Pedro, J. C.-S. Pedro, J. C.-S. Francisco, R.-F. y Francisco, R.-F. (2020) A machine learning approach to the digitalization of bank customers: Evidence from random and causal forests. *PLOS ONE*.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0240362>

Singh, B., y Kaunert, C. (2024). Future of Digital Marketing: Hyper-Personalized Customer Dynamic Experience with AI-Based Predictive Models. In *Revolutionizing the AI-Digital Landscape* (pp. 189-203). Productivity Press.

Smith, W. R. (1956). Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies. *Journal of Marketing*, 21(1), 3-8. <https://doi.org/10.1177/002224295602100102>

Srisusilawati, P.Wijayanti, I. M.Yaqin, H. N., y Eprianti, N. (2023). Marketing Strategy in Building Brand Image and Strengthening the Foundation of Sharia Bank. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(5), 106. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.2038>

Suat, O. (2023). Digital Marketing Strategies and Hyper Personalization. *European Journal of Science and Technology*. <https://doi.org/10.31590/ejosat.1147526>

Thomas, H. D. (2023). Hyper-Personalization for Customer Engagement with Artificial Intelligence. *Management and Business Review*. <https://doi.org/10.1177/2694105820230301006>

Thu Thuy, P., y Van Khanh, P. (2024). Factors affecting customer experience in using digital banking, study in Vietnam. *Journal of Economic and Banking Studies*. <https://doi.org/10.59276/jeps.2024.06.2666>

Tiihonen, J., y Felfernig, A. (2017). An introduction to personalization and mass customization. *Journal of Intelligent Information Systems*, 49(1), 1-7. <https://doi.org/10.1007/s10844-017-0465-4>

Vyankatesh, A. Priti, B., y Muniza, A. (2024). Impact of digitalisation on customer experience management in retail banking. *International Journal of Electronic Banking*. <https://doi.org/10.1504/ijebank.2024.136840>

Wirtz, J., y Pitardi, V. (2023). How intelligent automation, service robots, and AI will reshape service products and their delivery. *Italian Journal of Marketing*, 2023(3), 289-300. <https://doi.org/10.1007/s43039-023-00076-1>

Zouari, G., y Abdelhedi, M. (2021). Customer satisfaction in the digital era: evidence from Islamic banking. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-24909/v3>

DESEMPEÑO DE LOS ESTUDIANTES DE LAS CARRERAS DE CONTABILIDAD Y CONTABILIDAD Y AUDITORÍA EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL

PERFORMANCE OF STUDENTS OF ACCOUNTING AND ACCOUNTING AND AUDITING CAREERS IN PROFESSIONAL PRACTICE

Yolanda Massiel Benítez Núñez

KPMG, Auditoría Bancaria, Panamá

Correo electrónico: massiely675@gmail.com: <https://orcid.org/0009-0005-4620-1793>

Alejandro Isaías Cedeño Luna

KPMG, Auditoría Bancaria, Panamá

Correo electrónico: alejandrocedeno0220@gmail.com: <https://orcid.org/0009-0006-0231-6238>

Jonathan Kipiler Edman

KPMG, Auditoría Comercial, Panamá

Correo electrónico: Jedman874@gmail.com: <https://orcid.org/0009-0007-3950-2330>

Danna Gabriela Guerra

KPMG, Auditoría Comercial, Panamá

Correo electrónico: dannagabriela49@gmail.com: <https://orcid.org/0009-0001-3642-3617>

Maybelline Stephany González

Fiscalía General Electoral, Auditoría Interna, Panamá

Correo electrónico: maybelline1920@gmail.com: <https://orcid.org/0009-0000-0532-7406>

Fecha de recepción de 25 de agosto 2024-Fecha de aceptación 4 de octubre de 2024



DOI <https://doi.org/10.48204/2953-3147.6626>

Resumen

La Universidad de Panamá ofrece a sus estudiantes 5 opciones para obtener el grado de Licenciatura, siendo una de estas la práctica profesional que consiste en un semestre de trabajo en una empresa o institución pública. Para nuestro estudio enviamos una encuesta a estudiantes de las Licenciaturas en Contabilidad y Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad (FAECO) de la Universidad de Panamá, del Campus Central, que tomaron esta opción de trabajo de graduación durante el año 2023, con el objetivo de conocer su desempeño y experiencias adquiridas durante su práctica profesional. Realizamos el estudio con un enfoque cualitativo y descriptivo obteniendo como resultado que en su mayoría los estudiantes mejoraron en lo que respecta a sus habilidades de análisis, redacción, comunicación oral y programas como Word, Excel, entre otros, así como competencias en trabajo en equipo, cooperación y resolución de problemas complejos. En conclusión, los estudiantes consideran que la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad deben promover entre el estudiantado esta opción de graduación por considerar que de esta forma los estudiantes pueden aplicar los conocimientos impartidos en las aulas de clase y adquirir nuevas destrezas que se obtienen por la experiencia obtenida en el campo laboral.

Palabras clave: práctica profesional, desempeño, experiencia, habilidades, competencias.

Abstract

The University of Panama offers its students 5 options to obtain a Bachelor's degree, one of these being a professional internship that consists of a semester of work in a company or public institution. For our study, we sent a survey to students of the Bachelor's Degrees in Accounting and Accounting and Auditing of the Faculty of Business Administration and Accounting of the University of Panama, Central Campus, who took this graduation work option during the year 2023, with the objective of knowing their performance and experiences acquired during their professional practice. We conducted the study with a

qualitative and descriptive approach, obtaining as a result that most of the students improved in terms of their skills in analysis, writing and oral communication, programs such as Word, Excel, among others, as well as teamwork, cooperation and solving complex problems. In conclusion, the students consider that the Faculty of Business Administration and Accounting should promote this graduation option among its students because they consider that in this way students can apply the knowledge taught in the classroom and acquire new skills that are obtained by the experience obtained in the labor field.

Key words: professional practice, performance, experience, skills, competencies.

Introducción

El Reglamento de Trabajo de Graduación de la Universidad de Panamá (2015) indica que “se considera práctica profesional, como opción al trabajo de graduación, al conjunto de tareas o actividades temporales que realiza el estudiante, en una entidad o empresa pública o privada, ya sea nacional o extranjera que le permitan completar y perfeccionar las competencias propias del perfil de egreso de su carrera.” (p.19)

Esta opción en los últimos años se ha convertido en uno de los más escogidos por los estudiantes de FAECO, en sus distintas carreras como las Licenciaturas en Contabilidad y Contabilidad de Auditoría con más de 100 estudiantes inscritos en las mismas.

Es por ello que nos interesamos como egresados de la Escuela de Contabilidad de FAECO, específicamente de la Licenciatura en Contabilidad a, realizar esta investigación puesto que según lo señala Barrera e Hinojosa citado por Concha Toro, et.al. (2020) “En el contexto de la formación universitaria, la práctica profesional constituye un espacio en el cual el estudiante refuerza y demuestra sus conocimientos habilidades y actitudes (competencias) en un contexto real, por lo que es preciso investigar acerca de las prácticas profesionales en diversas carreras” (p.2)

El objetivo de esta investigación es la de adquirir nuevos conocimientos, líneas de investigación y observar el desempeño de los estudiantes al realizar esta opción de trabajo de graduación.

En este artículo describimos la metodología que utilizamos para el desarrollo de nuestra investigación, los resultados y el análisis de los hallazgos observados al revisar las respuestas de la encuesta, para presentar los conocimientos y las conclusiones más relevantes de nuestro estudio con el fin de conocer el desenvolvimiento y las experiencias adquiridas por los estudiantes al realizar su práctica profesional.

Metodología

La investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que estudiamos las experiencias vividas por los estudiantes durante su práctica profesional como lo señala Sampieri, et.al (2017) “se escogen diseños cualitativos cuando el investigador quiere explorar, describir y conocer con amplitud y profundidad, percepciones, emociones, sentimientos, experiencias, enfoque y punto de vista de personas.” (p.114)

Nuestra investigación también es descriptiva debido a que “los resultados describen a un grupo determinado de individuos.” (Campos de Sánchez, 2010, p.34) En este caso los resultados describen el desempeño de los estudiantes en su práctica profesional.

Para realizar la investigación se aplicó una encuesta de 10 preguntas utilizando la escala Likert de cinco (5) puntos:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

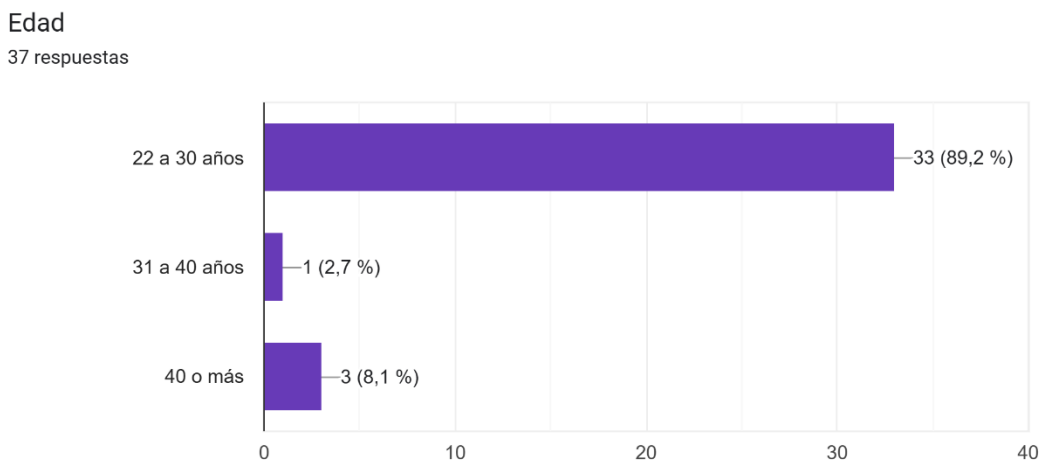
Para realizar las preguntas nos basamos en habilidades y competencias que debe tener un egresado de las carreras de la Escuela de Contabilidad de FAECO como habilidades analíticas, en herramientas tecnológicas, redacción y comunicación, competencias como trabajo en equipo, cooperación y resolución de problemas complejos. Además, de preguntas relacionadas al apoyo recibido por parte de los supervisores asignados por las empresas donde realizaron su práctica profesional, cómo se sintieron en la empresa donde realizaron su práctica, la aplicación de los conocimientos impartidos en la universidad y si consideran que la universidad debe incentivar a los estudiantes a tomar esta opción de trabajo de graduación.

Se preparó la encuesta utilizando la herramienta Google forms y fue dirigida mediante el método no probabilístico a los 123 estudiantes de las carreras de Contabilidad y Contabilidad y Auditoría que realizaron su práctica profesional en el año 2023. Enviamos las encuestas vía correo electrónico iniciando en el mes de julio de 2024, recibiendo 37 respuestas para el mes de agosto de 2024, representado un 30% de las encuestas enviadas lo que consideramos una muestra representativa para nuestro estudio.

Resultados y Discusión

Figura 1.

Edad de los participantes de la encuesta



Los datos obtenidos muestran que el 89.2% de los encuestados rondan entre los 22 a 30 años, el 2.7% entre los 31 a 40 años y el 8.1% entre los 40 años o más.

Según Gómez, et.al. (2019) el Decreto Ejecutivo No.539 de 30 de agosto de 2018 que crea el Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación para el mejoramiento de la calidad de la Educación Superior Universitaria de Panamá, establece que la duración de una licenciatura en Panamá es de 3.5 a 4 años mínimo (p.21).

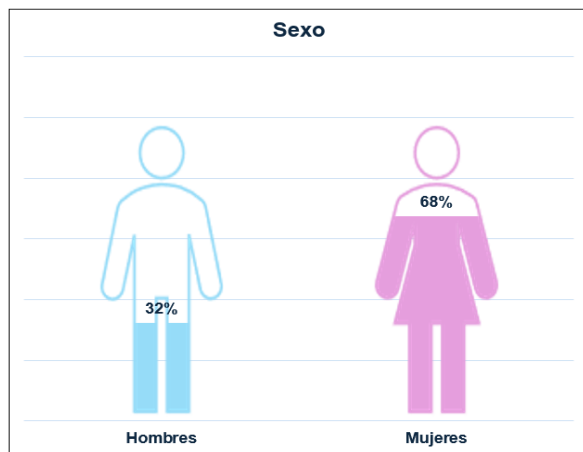
Merfil Panamá citando un estudio del Banco Mundial (2020) estimó que a los estudiantes de nuestra región les toma 36% más tiempo terminar sus estudios. “En otras palabras, supongamos que los jóvenes se están graduando de la secundaria a los 18 años, deberían estar terminando la carrera universitaria entre los 21 y 23 años” (s.p.)

Al analizar la estadística podemos concluir que los estudiantes que eligieron la práctica como opción de graduación para el año 2023 son personas jóvenes, por otro lado, los resultados nos indica varios aspectos sobre los estudiantes en el momento en que realizaron sus prácticas:

La edad de 22 a 30 años suele coincidir con la etapa en la que los estudiantes buscan completar sus requisitos de graduación como la práctica profesional. Esto nos indica que los estudiantes están siguiendo una trayectoria educativa regular, en el tiempo previsto sin retrasos en cuanto a la edad promedio de finalización.

Figura 2.

Genero de los participantes en la encuesta

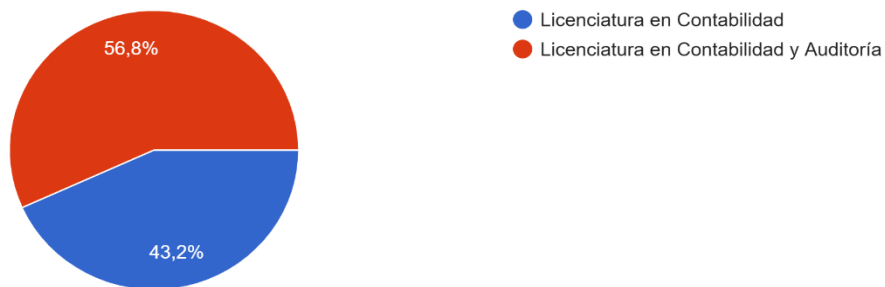


Los resultados recopilados muestran que el 68% de los practicantes fueron mujeres y el 32% hombres, esto nos indica que hay mayor representación femenina en el nivel universitario, está es una tendencia que se viene viendo en nuestros días en muchos países y Panamá no es la excepción. “En muchas áreas de estudio, las mujeres superan a los hombres tanto en matrícula como en egreso para el año 2018 el 71% de los diplomados obtenidos en la Universidad de Panamá pertenecían a mujeres frente a 731 varones.” (Merfil Panamá, citando estudio del Banco Mundial, 2020, s.p).

Figura 3.

Licenciatura de los participantes de las encuestas

Licenciatura
37 respuestas

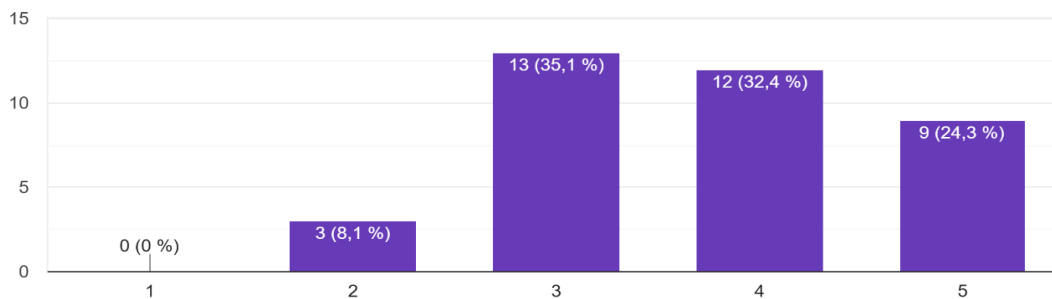


Los resultados obtenidos muestran que el 56.8% de los practicantes que fueron a práctica pertenecían a la Licenciatura en Contabilidad y Auditoría y el 43.2% a la Licenciatura en Contabilidad. Al analizar los resultados podemos llegar a la conclusión de que la licenciatura que tuvo mayor participación en la práctica 2023, fue la Licenciatura en Contabilidad y Auditoría, pero no por mucho, una alta participación en ambas carreras indica que los estudiantes de Contabilidad y Contabilidad con Auditoría ven la práctica profesional como un beneficio que se alinea bien con las necesidades de su campo, ya

que la contabilidad al ser una carrera técnica y al estar sometida a constantes cambios y reformas así sea a nivel tributario, actualización de Normas internacionales de información financiera y de auditoría todas ellas relacionadas con el campo de acción, requieren que el Contador este en constante capacitación y desarrollo. Es por esto por lo que la práctica es una excelente opción para que los estudiantes puedan poner en práctica el conocimiento adquirido y desarrollar sus habilidades. Los estudiantes ven esto como una oportunidad de adquirir experiencia y darse a conocer en el mercado laboral.

Figura 4.

Consideras que en el desarrollo de tu práctica profesional aplicaste los conocimientos impartidos en la universidad
37 respuestas

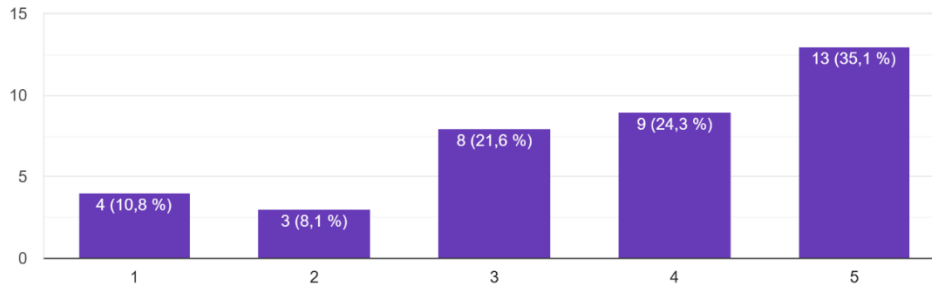


Según los resultados el 56.7% de los estudiantes estuvieron entre de acuerdo y totalmente de acuerdo en que durante el desarrollo de su práctica profesional aplicaron los conocimientos impartidos en la universidad, en contraposición de un 8.1% que consideró no estar de acuerdo y un 35.1 % indiferentes a esta pregunta. Por ello, Oliver Ventura, (2015) señala que “las prácticas profesionales establecen un diálogo continuo entre la formación recibida de la universidad y la realidad, es un espacio de crecimiento de los procesos de aprendizaje.” (p.17)

Figura 5.

Lo que aprendiste en la práctica profesional fue diferente a los conocimientos adquiridos en la universidad.

37 respuestas

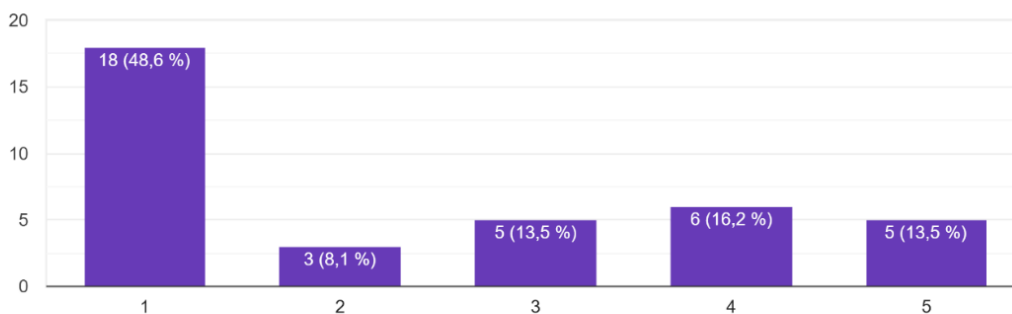


El resultado de esta pregunta muestra que el 35.1% de los practicantes está de acuerdo con que lo que aprendieron durante la práctica fue diferente a los conocimientos adquiridos de la universidad, nos llama la atención esta respuesta debido a que según el mismo grupo encuestado durante la práctica aplicaron lo que aprendieron en la Universidad durante su práctica. Esta pregunta nos suministra una línea de investigación para conocer más a fondo aquellos conocimientos que según los estudiantes son distintos a los adquiridos en la universidad, información que puede ser útil para reforzar las actualizaciones de los planes de estudio de las carreras de la Escuela de Contabilidad que se realizan cada 5 años.

Figura. 6

Consideras que fue difícil adaptarte al trabajo que te asignaron durante tu práctica profesional.

37 respuestas



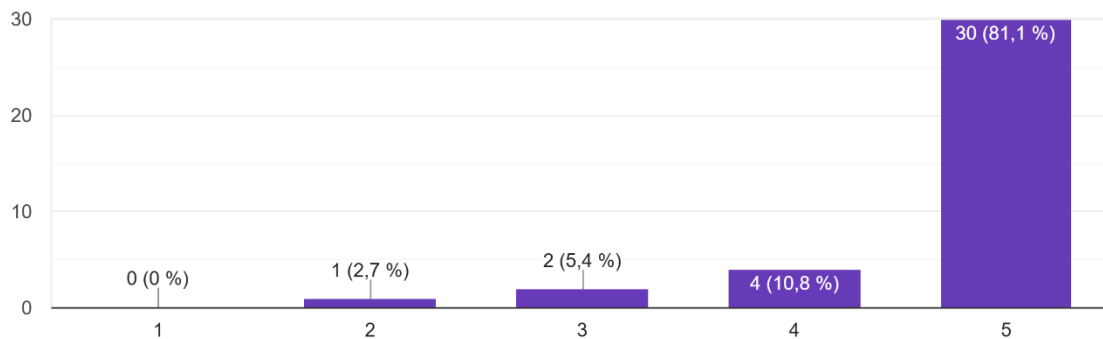
El 48.6% de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo que el proceso de adaptación a la práctica profesional les fue difícil, en otras palabras, los practicantes percibieron que las tareas y el entorno de la práctica profesional no presentó grandes dificultades en términos de adaptación o ajuste, si no que vieron su proceso de adaptación como algo natural tal vez porque recibieron el apoyo necesario.

Sin embargo, un 29.7% estuvo entre acuerdo y totalmente de acuerdo, es decir que para estos practicantes si les fue difícil adaptarse al trabajo que le asignaron durante la práctica profesional, por lo que resultaría interesante investigar estas razones en otro estudio.

Figura 7.

Consideras que en el desarrollo de la práctica profesional mejoraste tus habilidades en herramientas como Excel, Word u otros.

37 respuestas

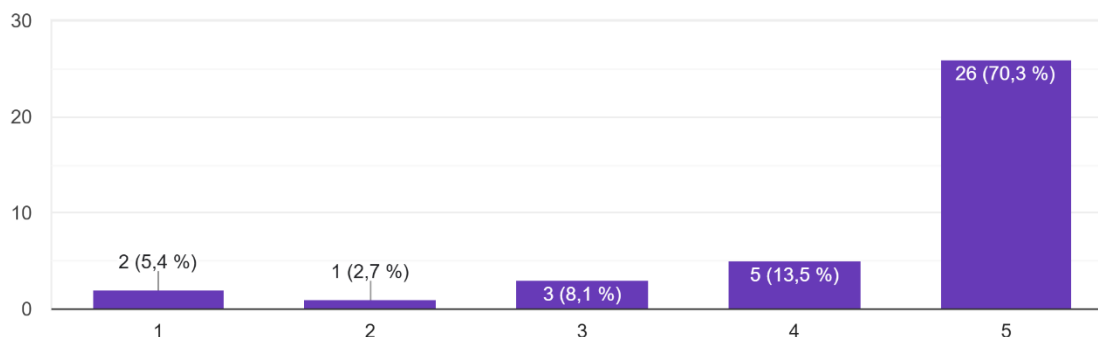


Es satisfactorio observar que más del 80% de los encuestados lograron mejorar sus habilidades en el uso de programas como Excel, Word, siendo estos softwares los más utilizados en el ámbito laboral puesto que están ligados a actividades administrativas, contables y financieras. Las habilidades tecnológicas son muy diferentes con el pasar de los años y presentan grandes oportunidades para los profesionales en formación las cuales requieren practica y experiencia para ser dominadas y más si se trata de estudiantes con poca o nula experiencia laboral. La práctica cumplió su propósito de complementar lo aprendido en las aulas.

Figura 8.

Consideras que el supervisor asignado por la empresa te brindó todo el apoyo y guía que necesitabas.

37 respuestas



Cada uno de los actores implicados en el desarrollo de las pasantías tienen diferentes objetivos e intereses, desde la perspectiva de las empresas las prácticas son una oportunidad de captar conocimientos frescos de estudiantes, además de identificar talentos potenciales que les permita evaluar la idoneidad de los candidatos para un trabajo a largo plazo, ya que ven en los jóvenes egresados el interés de aprender. Por lo tanto, incorporan gradualmente al practicante durante los meses de formación acompañado de un supervisor encargado de asignarles tareas de acuerdo con su carrera profesional para cumplirlas con éxito.

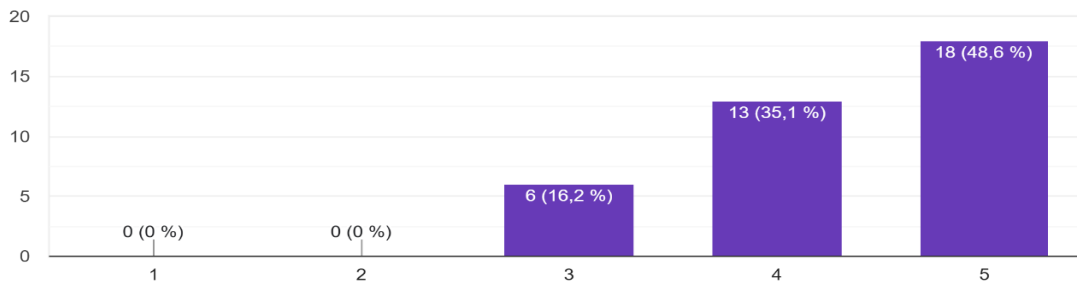
Desde el punto de vista de Peña, et.al. (2016) “La práctica profesional dentro de la formación de los estudiantes vincula el estudio y el trabajo bajo la guía de tutores académicos y empresariales, su propósito es apuntalar el proceso formativo.” (p.215)

Aunado a lo anterior, la realización de prácticas profesionales en empresas más allá de ofrecer una experiencia enriquecedora de conocimientos y aptitudes busca crear un ambiente en donde los estudiantes se sientan orientados, más del 70 % de los practicantes estuvieron totalmente de acuerdo con el apoyo que recibieron del supervisor

asignado, lo que indica el compromiso de los profesionales de las firmas contables, empresas privadas e instituciones públicas con los estudiantes de la Escuela de Contabilidad de FAECO al brindar sus experiencias y conocimientos en el transcurso de su práctica profesional.

Figura 9.

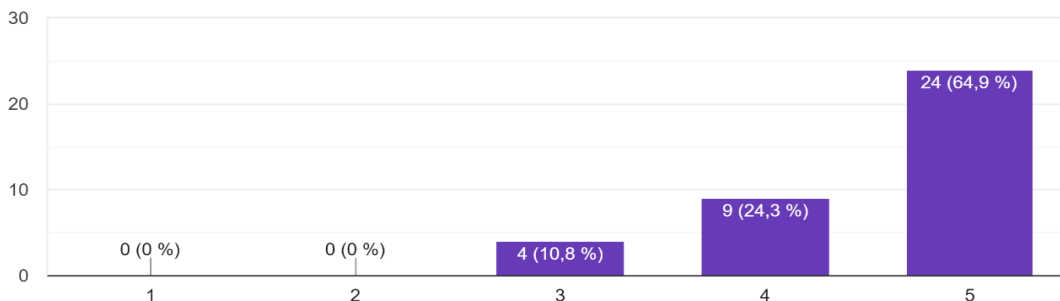
Consideras que en el desarrollo de la práctica profesional pudiste resolver problemas complejos.
37 respuestas



Observamos que un 48.6% estuvo totalmente de acuerdo, 35.1% de acuerdo y un 16.2% indiferente en cuanto a la capacidad de respuesta de los practicantes para resolver problemas complejos. Es decir, que a través de la práctica profesional el estudiante tuvo la oportunidad de resolver problemas que ameritaba una especial atención, experiencia que los hace más competentes en el ámbito laboral.

Figura 10.

Consideras que la práctica profesional te motivó a mejorar tus habilidades de análisis.
37 respuestas



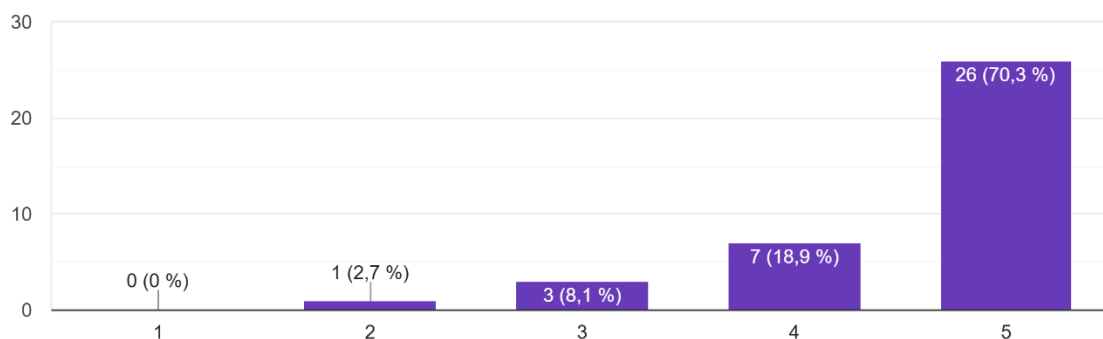
Se puede tener una alta capacidad de análisis sin haber acumulado cierto número de años de ejercicio laboral. Más que una consecuencia de la experiencia, el análisis es una cualidad personal que se va perfeccionando y que también se puede desarrollar. Los pasantes que incursionan en una práctica profesional en gran mayoría se deben a la escasa o nula experiencia, por lo que buscan discernir sus fortalezas y debilidades que los ayuden a reforzar sus habilidades analíticas. En una pasantía es normal que se encuentren delante de informes con muchos datos cuantitativos, cualitativos y métricas que deben ser transformados en información útil para la empresa, ante esta realidad los estudiantes reflexionan sobre sus enseñanzas pasadas en su formación académica para ser capaces de interpretar datos y desarrollar razonamientos críticos, permitiéndoles cumplir sus tareas.

Un 64.9% estuvo totalmente de acuerdo que su práctica profesional motivó la mejora de sus habilidades de análisis, concordando con lo anterior mencionado, sin dejar de un lado el grado de compromiso que asumen los practicantes y de la unidad administrativa de la Universidad.

Figura 11.

Consideras que con la práctica profesional aprendiste el trabajo en equipo y la cooperación.

37 respuestas

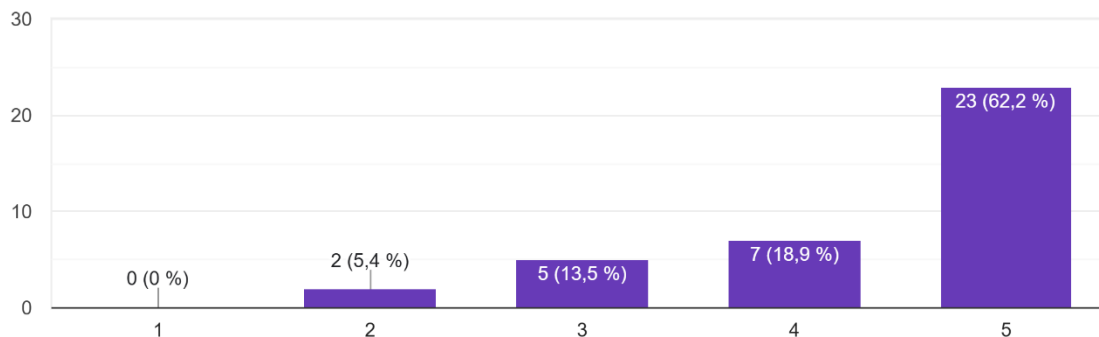


Un 70%.3% estuvo totalmente de acuerdo y un 18.9% de acuerdo que durante su práctica profesional aprendieron a trabajar en equipo. Uno de los objetivos de las prácticas profesionales es hacerles ver a los jóvenes cómo un diverso conjunto de competencias se complementa entre sí, además de enfrentar situaciones de discrepancias producto de diferentes enfoques al momento de resolver una tarea. Esta experiencia les enseñó a los practicantes el compromiso de fomentar un entorno cooperativo en el que se escuche y valore la opinión de todos cuando incursionen en trabajos formales a futuro debido a que las empresas en la actualidad buscan en sus empleados el sentido de cooperación debido a que el trabajo en equipo promueve la innovación, creatividad y capacidad para encontrar nuevas formas de hacer las cosas y solucionar los problemas. A su vez promueve un aprendizaje permanente que contribuye a mantener la competitividad de la empresa, y que no tendría si trabajara en solitario.

Figura 12.

Consideras que la práctica profesional ayudó a mejorar tus habilidades de redacción y comunicación oral.

37 respuestas

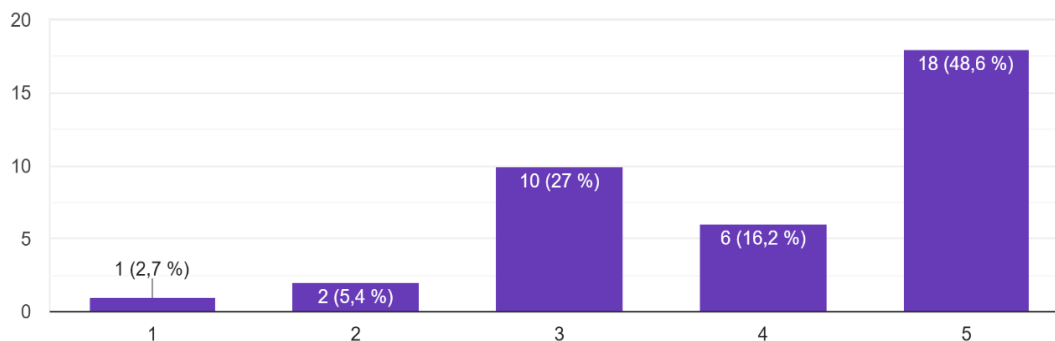


En su mayoría un 62.2% estuvo totalmente de acuerdo que la práctica profesional mejoró sus habilidades técnicas claves como la redacción y comunicación oral, destrezas esenciales para el desempeño de los contadores y auditores.

Figura 13.

Consideras que luego de la práctica profesional te fue más fácil obtener empleo.

37 respuestas

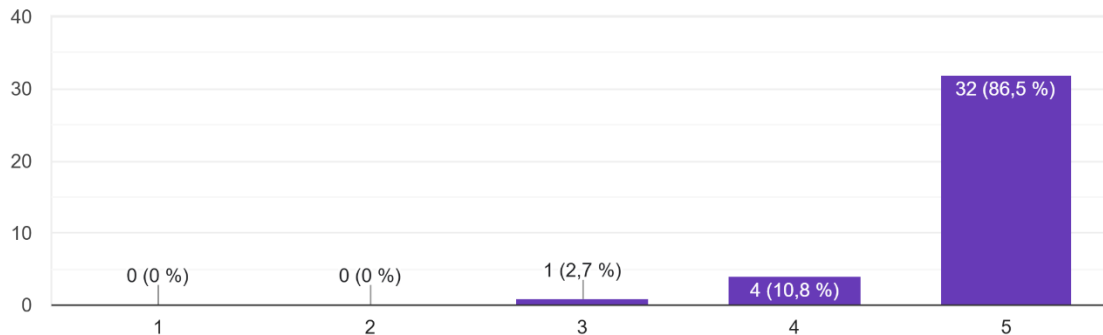


Según los resultados obtenidos en la gráfica superior, de los practicantes encuestados un 48.6% estuvo totalmente de acuerdo y un 16.2% de acuerdo que luego de la práctica profesional aumentaron sus probabilidades de obtener un empleo, ya que a estos estudiantes se les brindó la oportunidad de conocer profesionales del campo y adquirir experiencia que pueden describir en sus hojas de vida lo cual ha sido muy útil en el avance de sus carreras; sin embargo, conseguir empleo sigue siendo un desafío aun cuando los estudiantes realizan práctica profesional, una muestra de esto es que el 27% de los practicantes encuestados contestaron que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 2.7% y 5,4% estuvieron totalmente en desacuerdo y en desacuerdo respectivamente con esta pregunta, en gran parte esto se debe a la fuerte competencia y las expectativas de los empleadores.

Figura 14.

Consideras que la Universidad de Panamá debe incentivar a los estudiantes para que escojan la práctica profesional como opción para obtener el grado académico de Licenciatura.

37 respuestas



El mayor porcentaje es decir un 86.5% de estudiantes están totalmente de acuerdo y consideran que la Universidad de Panamá debería recomendar la práctica profesional como principal opción de graduación, ya que como se mencionó en la pregunta anterior en la actualidad ingresar al mercado laboral cada vez se vuelve más complicado, principalmente por las altas exigencias laborales que exigen los empleadores, en donde se valora ampliamente la experiencia. Las encuestas y estudios muestran que, aunque los estudiantes salen bien preparados académicamente, los mismos suelen enfrentarse a una competencia intensa en donde la experiencia se convierte en su principal barrera y la práctica profesional les permite aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en la universidad en un entorno real de trabajo, adquirir experiencia y desarrollar sus habilidades, por lo cual la Universidad de Panamá debe promover esta oportunidad como un paso esencial y fundamental para mejorar el desempeño de los estudiantes que les permita enfrentar los retos laborales y puedan insertarse con éxito en las empresas o instituciones.

Por último, realizamos una pregunta abierta solicitándole a los encuestados que indicaran como se sintieron en la empresa que le fue asignada para realizar su práctica profesional.

Según los comentarios expresados la gran mayoría de los practicantes se sintieron satisfechos con la empresa a la cual fueron asignados, los estudiantes comentaron, por ejemplo, que los mismos recibieron una buena acogida por las empresas y que las mismas se esforzaron por proporcionarles a los estudiantes un ambiente de trabajo favorable para así facilitarle la realización de sus asignaciones.

Esto significa que las empresas cuentan con una buena cultura organizacional en su gran mayoría rodeada de respeto y colaboración, ayudando así a que los estudiantes pudieran adaptarse al ambiente laboral; además, que los mismos les ofrecieron oportunidades de aprendizaje y tareas significativas que los ayudó a desarrollar nuevas habilidades y lo cual fue clave para que los estudiantes se sintieran motivados.

En cuanto a la supervisión los comentarios positivos son indicadores de que los estudiantes recibieron una buena supervisión y apoyo, pero no todo fue color de rosas algunos estudiantes expresaron puntos negativos del trato que tuvieron durante su práctica profesional como lo fue: celos laborales, negación de muchos trabajadores a explicarles y trato grosero. Pero en general los comentarios positivos nos han demostrado que las empresas no solo cumplieron con las expectativas de los estudiantes, sino que influyó en su desarrollo profesional el cual es fundamental para que la experiencia de la práctica profesional fuera enriquecedora.

Conclusiones

La práctica profesional les brinda a los estudiantes de las Carreras de Contabilidad y Contabilidad y Auditoría la oportunidad de aplicar lo aprendido en la universidad, descubrir nuevos conocimientos, mejorar o pulir sus destrezas y habilidades tecnológicas, de análisis, comunicación oral y escrita y competencias como resolución de

problemas complejos, trabajo en equipo y cooperación. De igual forma les brinda a los estudiantes conocer el mundo laboral que les permite adquirir experiencias en las distintas ramas de su carrera.

Otro aspecto relevante en esta investigación es el apoyo brindado por los supervisores asignados por las empresas a los estudiantes, puesto que un alto porcentaje de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo que estos profesionales brindaron una excelente guía y una gran motivación.

También se destaca que las prácticas profesionales ayudan en la obtención de plazas de empleo a los estudiantes en gran parte debido a la experiencia y la mejora de las habilidades blandas adquirida en las mismas.

Concluimos que la Escuela de Contabilidad de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, debe seguir incentivando a los estudiantes para que opten por la práctica profesional por ser una gran fuente de conocimiento y experiencia que refuerza las habilidades y competencias que debe tener un egresado de nuestra facultad.

Agradecimientos

Agradecemos al profesor Roger Castillo y a la licenciada Dianelis Batista de la Coordinación de práctica supervisada de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad Escuela de Contabilidad por su apoyo y suministrarnos información de los estudiantes practicantes para el envío de nuestra encuesta. De igual forma agradecemos a la profesora María Félix Valencia por motivarnos a realizar este estudio, por su enseñanzas, cooperación y guía.

Referencias bibliográficas

Campos de Sánchez (2010). *Metodología de Investigación*. Artes e Impresiones Durbin. Panamá. 163 páginas.

Concha Toro, M., Anabalón Y., Lagos San Martín, G. y Mora Donoso, M. (2020). Prácticas profesionales y trabajo social. Una revisión de la literatura en educación superior. *Pensamiento Educativo. Revista de Investigación Educativa Latinoamericana. Pontificia Universidad Católica de Chile*, 57(1) 1-19.

Gómez, M., Castillo, Y., Villarreal, E. (2019). El sistema de educación superior en Panamá. Estudio de RecoLATIN.

Hernández Sampieri, R., Méndez Valencia, S. Mendoza Torres, C. y Cuevas Romo A. (2017). *Fundamentos de Investigación*. Mc Graw Hill Education. México. 265 páginas.

Merfil Panamá. (2020). Realidad de los estudios universitarios en Panamá. <https://merfilpanama.com/orientacion-profesional-para-estudiantes/realidad-de-los-estudios-universitarios-en-panama/>

Oliver Ventura, J., Santana Amargó, V., Ferrer China, B. y Ríos Obregón, J. (2015). Las prácticas profesionales y la formación laboral en la carrera sistema de información en salud. *Revista Actualizaciones Investigativas en Educación*, 15(3) 1-18.

Peña, P., Castellano, Y., Díaz, D., Padrón, W. (2016). Las prácticas profesionales como potenciadoras del perfil de egreso. *Revista Paradigma*, 37(1) 211-230.

Universidad de Panamá (2015) Reglamento de Trabajo de Graduación.



AUDITORÍA FORENSE ANTIFRAUDE Y EL IMPACTO DEL PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL AFA DEL IIAFA

ANTI-FRAUD FORENSIC AUDITING AND THE IMPACT OF THE INTERNATIONAL CERTIFICATION PROGRAM OF THE IIAFA

Juan Iván Rogers Harper

Instituto Internacional de Auditores Forense Antifraude, Panamá
Correo electrónico: jrogers@iiafa.org <https://orcid.org/0000-0002-2587-923X>

Eduardo Enrique Muñoz Marín

Instituto Internacional de Auditores Forense Antifraude, Panamá
Correo electrónico: eemunoz77@gmail.com <https://orcid.org/0009-0002-5676-7932>

Fecha de recepción 30 de septiembre de 2024-Fecha de aceptación 13 de noviembre de 2024



DOI <https://doi.org/10.48204/2953-3147.6627>

Resumen

En el ciclo internacional actual, los flagelos de fraude, corrupción y lavado de dinero continúan representando desafíos significativos para las organizaciones, tanto públicas como privadas. Estos tres flagelos afectan instituciones académicas, gubernamentales, contables, tecnológicas, judiciales, así como la estabilidad financiera, gobernabilidad y la confianza en los sistemas económicos y políticos. En respuesta a este ciclo, el Instituto Internacional de Auditores Forenses Antifraude (IIAFA), fundado en 2008, ha desarrollado un Programa de Certificación Internacional Integral y Convergente que aborda las etapas

de prevención y detección de estos tres flagelos. A través de la Certificación como Auditor Forense Antifraude (AFA) para CPA y Auditor Forense Antifraude Consultor (AFAC) para otros profesionales, entre otras certificaciones, el IIAFA, previo al cumplimiento de requisitos inéditos de sus participantes, capacita a profesionales para fortalecer los controles internos y organizacionales, sacudiendo la raíz de todos los riesgos dentro de las organizaciones la cual la constituyen estos tres flagelos. Este artículo explora el impacto de la formación proporcionada por el IIAFA en esta nueva subespecialización de la Auditoría y rama de la Contabilidad, iniciativa Panameña, reconocida como la Auditoría Forense Antifraude, cumpliendo con las expectativas que tiene la ciudadanía sobre la Profesión Contable y el rol del CPA ante los flagelos, enfocándose en cómo el uso adecuado las distintas herramientas de esta subespecialidad contribuyen a un manejo más eficaz en el esclarecimiento de la posible ocurrencia de los flagelos de fraude, corrupción y lavado de dinero mediante la elaboración de un Informe de Auditoría Especial Forense Antifraude en la etapa de Detección y de la confección de un Programa Triple AAA (Antifraude, Anticorrupción y Antilavado de Dinero) en la etapa de Prevención de los controles internos y organizacionales en el contexto moderno, basados no en teoría, sino en la experiencia y práctica profesional en las últimas dos décadas de su fundador Dr. Juan Iván Rogers Harper.

Palabras Claves: Auditoría Forense Antifraude, Certificación AFA, prevención, detección, fraude.

Abstract

In the current international cycle, the scourges of fraud, corruption and money laundering continue to represent significant challenges for organizations, both public and private. These three scourges affect academic, governmental, accounting, technological and judicial institutions, as well as financial stability, governance and confidence in economic and political systems. In response to this cycle, the

International Institute of Anti-Fraud Forensic Auditors (IIAFA), founded in 2008, has developed a Comprehensive and Convergent International Certification Program that addresses the prevention and detection stages of these three scourges. Through the Certification as Anti-Fraud Forensic Auditor (AFA) for CPAs and Anti-Fraud Forensic Auditor Consultant (AFAC) for other professionals, among other certifications, the IIAFA, prior to the fulfillment of unprecedented requirements of its participants, trains professionals to strengthen internal and organizational controls, shaking the root of all risks within organizations, which constitute the three scourges. This article explores the impact of the training provided by the IIAFA in this new sub specialization of Auditing and Accounting branch, a Panamanian initiative, recognized as the Anti-Fraud Forensic Auditing, meeting the expectations that citizens have about the Accounting Profession and the role of the CPA in the face of these scourges, focusing on how the proper use of the different tools of this subspecialty contribute to a more effective management in the clarification of the possible occurrence of the scourges of fraud, corruption and money laundering through the preparation of a Special Forensic Anti-Fraud Auditing Report in the Detection stage and the preparation of a Triple AAA Program (Anti-Fraud, Anti-Corruption and Anti-Money Laundering) in the Prevention stage of internal and organizational controls in the modern context, based not on theory, but on the experience and professional practice in the last two decades of its founder Dr. Juan Iván Rogers Harper.

Keywords: Anti-Fraud Forensic Auditing, AFA Certification, corruption, prevention, detection, fraud.

Introducción

La lucha contra los flagelos de fraude, corrupción y lavado de dinero es una prioridad crítica a nivel global, ya que representan amenazas persistentes que socavan la confianza en los sistemas económicos, financieros y políticos. Según el Informe Global de Fraude y Riesgos de Corrupción 2020 de la Association of

Certified Fraud Examiners (ACFE), las organizaciones continúan enfrentando altos riesgos de fraude debido a debilidades en sus controles internos, lo que aumenta la necesidad de una formación especializada para abordar estos problemas (ACFE, 2020). El Instituto Internacional de Auditores Forenses Antifraude (IIAFA), liderado por el Dr. Juan Iván Rogers Harper, ha sido pionero en ofrecer formación integral en auditoría forense antifraude a nivel mundial. La creación del Programa de Certificación Internacional como Auditor Forense Antifraude (AFA) es una respuesta directa a la creciente necesidad de profesionales capacitados que puedan prevenir y detectar el fraude, la corrupción y el lavado de dinero en sus etapas más críticas (Rogers Harper, 2021).

Metodología

El tipo de investigación es descriptiva y documental. Se emplea un diseño de revisión bibliográfica, con el propósito de examinar la información disponible sobre las metodologías y resultados del IIAFA en la capacitación de profesionales que enfrentan los flagelos de fraude, corrupción y lavado de dinero.

La población objeto de estudio son los profesionales certificados en el programa AFA del IIAFA. En términos de muestra, se seleccionaron los informes y testimonios de participantes provenientes de los 30 países que han participado en las 16 versiones del programa a lo largo de los años, abarcando regiones de América, Europa, Asia y África (IIAFA, 2024).

Las variables del estudio son:

Variable independiente: El Programa de Certificación AFA del IIAFA.

Variables dependientes: El impacto en las competencias profesionales de los CPAs, en relación con la prevención y detección de los flagelos de fraude, corrupción y lavado de dinero, y el fortalecimiento de los controles internos (KPMG, 2019).

Para la recopilación de información se utilizaron los siguientes instrumentos:

Entrevistas a participantes en el programa AFA.

Revisión de informes sobre la implementación de los conocimientos adquiridos por los participantes en sus respectivas organizaciones.

Estudio de casos de éxito en la implementación de controles internos y organizacionales después de la Certificación AFA del IIAFA a nivel gubernamental y particular.

La técnica principal utilizada para el análisis de datos fue la estadística descriptiva. A través de la clasificación de respuestas y resultados de los participantes, se pudo identificar patrones comunes en cuanto a la mejora de los controles internos y organizacionales, así como la efectividad en la prevención y detección de los flagelos.

La recopilación y análisis de la información se llevaron a cabo entre enero y octubre de 2024, basándose en datos disponibles hasta esa fecha incluyendo datos de encuestas de organizaciones (ACFE, 2021).

El análisis de los datos se centró en la relación entre la formación recibida en el Programa AFA y los resultados observados en las organizaciones en términos de la mejora en la gestión de riesgos y la eficacia de los controles internos. También se identificaron tendencias en la adopción de nuevas tecnologías y estrategias de auditoría forense por parte de los CPAs certificados (CIMA, 2019).

Resultados y Discusión

Los resultados indican que la formación proporcionada por el IIAFA ha tenido un impacto positivo en las competencias de los profesionales certificados, particularmente en la mejora de los controles internos en las organizaciones. Según PricewaterhouseCoopers (PWC, 2020), una sólida estructura de controles internos es esencial para mitigar los riesgos asociados al fraude y la corrupción. En este

sentido, la capacitación del IIAFA ha permitido a los participantes implementar estrategias efectivas de prevención y detección, utilizando tanto enfoques tradicionales como nuevas tecnologías emergentes.

La auditoría forense antifraude, tal como se imparte en el Programa de Certificación Internacional AFA, incluye la investigación exhaustiva de casos de los flagelos de fraude, corrupción y lavado de dinero, diferenciando las herramientas utilizadas para cada uno. Esta distinción es vital, dado que los enfoques para detectar fraude y lavado de dinero pueden diferir significativamente de aquellos empleados para la detección de corrupción (Wells, 2014). La formación también pone énfasis en la elaboración de informes forenses rigurosos que cumplen con los estándares legales y técnicos, lo cual es crucial para el rol del CPA en la justicia (FRC, 2018).

En términos de adaptación a la complejidad moderna, el Programa AFA del IIAFA define y esclarece las distintas funciones o encargos que realiza el CPA que no deben confundirse con la Auditoría Forense Antifraude, tales como la Auditoría Interna, Auditoría Externa, Auditoría Gubernamental, de Cumplimiento o Diligencia Debida u otras, Peritaje Contable y Auditoría Forense, las cuales tienen distintos propósitos e inclusive serías limitaciones en el manejo integral y convergente de las etapas de prevención y/o detección de los flagelos de fraude, corrupción y lavado de dinero conforme a su rol en lo público, privado y judicial, inclusive. También ha suplido nuevos enfoques que combinan la aplicación y uso de tecnología avanzadas y de gran cantidad de recomendaciones en el debido cuidado del CPA u otros profesionales en las dos etapas.

El estudio de más de 2,000 casos realizado por la ACFE en más de 130 países demuestra que la mayoría de los fraudes ocurren debido a deficiencias en los controles internos, lo que subraya la necesidad de una formación especializada en Auditoría Forense Antifraude. Además, la investigación muestra que

la capacitación en auditoría forense ha mejorado significativamente la capacidad de los profesionales para identificar riesgos antes de que se materialicen, lo que es fundamental para prevenir la ocurrencia de estos flagelos (ACFE, 2020; KPMG, 2019). En la actualidad el IIAFA es la única institución que lidera el CPA cuyo objetivo es fortalecer todas las funciones del CPA en cuanto a las etapas de prevención y detección de la posible ocurrencia de los tres flagelos de fraude, corrupción y lavado de dinero de manera integral y convergente. Existen otras organizaciones que abordan bien estos temas, pero o lo hacen parcialmente haciendo énfasis en uno o en dos de los flagelos, o en los tres, pero no en sus etapas de prevención y detección, lo cual produce que sus esfuerzos que son importantes, no sean tan eficaces, máxime si no están liderados por CPA que haya tenido efectivamente la experiencia y práctica profesional en el tema, lo cual es crucial para no confundir a los colegas y profesionales relacionados al tema.

Actualmente y luego del liderazgo mostrado por el IIAFA muchas organizaciones e instituciones han emulado al IIAFA creando certificaciones e incorporando la palabra Antifraude en sus departamentos, comisiones gremiales y estructura organizacional u otros, lo cual demuestra la importancia y acertado camino de excelencia de un Programa de Certificación que cada vez más se expande en el mundo.

Especialización y Competencias

El Programa de Certificación Internacional AFA ha permitido a los CPAs y otros profesionales adquirir una subespecialización que no solo cubre los aspectos tradicionales de la auditoría forense tradicional, sino que también aborda las complejidades emergentes en el ámbito digital y tecnológico. Según el Chartered Institute of Management Accountants (CIMA, 2019), la combinación de conocimiento técnico y habilidades tecnológicas es crucial para hacer frente a los nuevos desafíos de fraude y corrupción. Los profesionales certificados por el IIAFA tienen la capacidad de adaptar integral y convergentemente sus enfoques a la

evolución constante de los tres flagelos de fraude, corrupción y lavado de dinero que aprovechan la digitalización y el uso de nuevas tecnologías. Su formación les ha permitido desarrollar competencias en la prevención y detección de los flagelos según sus distintas configuraciones técnicas que ascienden a cientos de estereotipos en distintas áreas y actividades económicas.

Resaltando la importancia del mejoramiento de los controles internos organizacionales no tradicionales como base para lograr eficazmente cubrir las dos etapas de la Auditoría Forense Antifraude. Estas competencias incluyen cómo se investiga Fraude y Lavado de Dinero, lo cual es distinto a investigar Corrupción, cómo se hace y que secciones debe contener un Informe, así como el cuidado de no entrar en la terminología jurídica propia del derecho y referirse a delitos contenidos en la Ley Sustantiva, ya que ello para un CPA representa una debilidad que aprovechan los abogados para tachar el trabajo técnico-científico que realiza un Auxiliar de la Justicia.

Prevención, Combate y Detección de los Flagelos

El Programa de Certificación Internacional AFA cubre de manera integral y convergente las tres etapas clave en la lucha contra los flagelos de fraude, corrupción y lavado de dinero: prevención, combate y detección. Esto incluye:

La prevención a través de la creación de políticas de control interno y la identificación de riesgos (ACFE, 2021).

El combate mediante el uso de herramientas de auditoría forense y la implementación de estrategias de detección (KPMG, 2019).

La detección utilizando análisis de datos y tecnologías emergentes que permiten identificar patrones sospechosos antes de que se materialicen los flagelos (PWC, 2020).

Adaptación a la Complejidad Moderna de AFA

El enfoque integral y convergente del programa AFA permite a los CPAs y otros profesionales adaptarse a la complejidad moderna de los riesgos financieros-operativos y contables y organizacionales. Las herramientas enseñadas en el Programa de Certificación les permiten manejar no solo los desafíos tradicionales, sino también las amenazas emergentes relacionadas con el uso de tecnologías digitales en el fraude y el lavado de dinero (FRC, 2018).

Conclusiones

El IIAFA con más de 1,250 miembros ha logrado posicionarse como líder en la formación de Auditores Forenses Antifraude en América, Europa, Asia y África, respaldada por prestigiosas organizaciones académicas, gubernamentales, contables, tecnológicas, judiciales y de otras profesiones y ciencias forenses. El Programa de Certificación AFA del IIAFA ha demostrado ser una herramienta clave para la mejora de los controles internos y organizacionales, ayudando a los CPAs y otros profesionales a fortalecer sus competencias en la prevención y detección de fraude, corrupción y lavado de dinero. Su enfoque integral y adaptado a las realidades contemporáneas ha permitido a los profesionales enfrentar los desafíos de los sistemas económicos y políticos modernos de manera efectiva y proactiva. Según los estudios de Financial Reporting Council (FRC, 2018), esta capacitación es fundamental para garantizar que los CPAs y otros profesionales estén bien equipados para afrontar los retos éticos y financieros del futuro.

Referencias Bibliográficas

Association of Certified Fraud Examiners (2020) Informe Global de Fraude y Riesgos de Corrupción.. <https://www.acfe.com>

ACFE. (2021) Informe Global sobre la Lucha contra la Corrupción. Association of Certified Fraud Examiners. <https://www.acfe.com>



Chartered Institute of Management Accountants (2019) El futuro de la auditoría forense y su rol en la prevención del fraude. <https://www.cimaglobal.com>

Financial Reporting Council (2018) Guía sobre el fortalecimiento de los controles internos en auditoría. <https://www.frc.org.uk>

Instituto Internacional de Auditores Forenses Antifraude (2024) Programa de Certificación Internacional del Instituto Internacional de Auditores Forenses Antifraude 17^a Cohorte o Versión. <https://www.iiafa.org>

KPMG. (2019) La Auditoría Forense como herramienta para mejorar los controles internos en la empresa. <https://home.kpmg>

Mann, D. (2018). *Auditoría Forense: Principios y Prácticas*. McGraw-Hill.

PricewaterhouseCoopers (2020) La importancia de los controles internos y la lucha contra el fraude. <https://www.pwc.com>

Rogers Harper, J. (2021) *Auditoría Forense Antifraude (Guía Práctica) Tomo 1*. Grupo Editorial Ibáñez.

Wells, J.T. (2014) *Corporate Fraud Handbook: Prevention and Detection* (4th ed.). Wiley.

INCIDENCIA DEL CONTROL PREVIO EN EL CUMPLIMIENTO DEL AMBIENTE DE CONTROL Y EN LA REPRESENTACIÓN FIEL DE LAS TRANSACCIONES EN LOS ACTOS DE MANEJO DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS

INCIDENCE OF PRIOR CONTROL ON COMPLIANCE WITH THE CONTROL ENVIRONMENT AND ON THE FAITHFUL REPRESENTATION OF TRANSACTIONS IN THE MANAGEMENT ACTS OF PUBLIC COMPANIES

Eric Alberto Berbey

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad,
Panamá.

Correo electrónico: eric.berbey@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0003-1813-0332>

María Félix Valencia Alderete

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad,
Panamá

Correo electrónico: mariaf.valencia@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0002-2450-8672>

Javier Montoya del Corte

Universidad de Cantabria, Departamento de Administración de Empresas, España

Correo electrónico: javier.montoya@unican.es <https://orcid.org/0000-0002-5630-1545>

Marino José Palacios Copete

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de San Miguelito,
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá

Correo electrónico: marino2629@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0003-0207-0048>

Blanca Rodríguez de Grimaldo

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad,
Panamá.

Correo electrónico: blanca.degrimaldo@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0002-8602-9423>

Fecha de recepción 15 de octubre de 2024 Fecha de aceptación 26 de noviembre de 2024



DOI <https://doi.org/10.48204/2953-3147.6629>



Resumen

Esta investigación tiene como objetivo determinar si el control previo incide en el componente de control interno denominado ambiente de control y en la representación fiel de la información financiera en los actos de manejo de las empresas públicas. Para ello se hizo una investigación cuantitativa y cualitativa a tres poblaciones compuestas por Jefes de Contabilidad de las empresas públicas, Jefes de Fiscalización y Jefes de Auditoría de la Contraloría General de la República. Como resultado de la investigación se pudo determinar de manera general, que si hay incidencia del control previo en el componente de control interno de ambiente de control y en la representación de la información financiera.

Palabras claves: Ambiente de Control, Representación Fiel, Control Previo.

Abstract

The purpose of this research is to determine whether prior control affects the internal control component called control environment and the faithful representation of financial information in the management acts of public companies. To this end, a quantitative and qualitative research was conducted on three populations composed of Accounting Chiefs of public companies, Inspection Chiefs and Audit Chiefs of the Comptroller General of the Republic. As a result of the research, it was possible to determine in general terms that prior control does have an impact on the internal control component of the control environment and in a faithful representation.

Key words: Control Environment, Faithful Representation, Prior Control.

Introducción

El objetivo de esta investigación es determinar mediante la percepción de los Jefes de Contabilidad, de Fiscalización y de Auditoría, si el control previo de la Contraloría General de la República incide en el componente de ambiente de control y en la



representación fiel de la información financiera en los actos de manejo de las empresas públicas.

Hoy por hoy es importante en todas las organizaciones incluidas las empresas públicas, mantener un ambiente de control que promueva el cumplimiento de las disposiciones y principalmente los principios éticos y morales lo cual en efecto tiene una repercusión en la Contabilidad de la empresa, como también sucede con la representación fiel de la información contable, entre ellas, los actos de manejo de fondos de las empresas públicas.

Mediante esta investigación se pretende constatar, si el control previo tiene alguna incidencia que promueva el cumplimiento de ese componente de control interno dentro de la empresa, aunado a si se adoptan los mecanismos que permitan que los sistemas de información contable apliquen las medidas de seguridad con relación a los cambios periódicos de las claves de acceso al personal contable.

Metodología

La investigación es de tipo cuantitativa y cualitativa, habida cuenta que el objetivo de este estudio es determinar mediante la percepción de los Jefes de Contabilidad de las empresas públicas, los Jefes de Fiscalización y Jefes de Auditoría de la Contraloría General de la República, si el control previo incide en el cumplimiento del ambiente de control y en la representación fiel de las transacciones en los actos de manejo de las empresas públicas.

De igual forma, mediante este estudio se va a determinar con qué frecuencia se cambian las claves de acceso que se asignan al personal de contabilidad para acceder a los sistemas contables de las empresas públicas, como parte de las políticas de seguridad y efectividad de la información de esas empresas.

Para la recolección de datos, se elaboró un instrumento, utilizando el formulario electrónico Google Forms y se aplicó a las 3 poblaciones una sola vez desde el 26 de



junio del 2024 hasta el 1 de octubre del 2024, en vista del tiempo que tomaron los encuestados para enviar electrónicamente el instrumento. Cabe destacar, que con respecto a las claves de acceso de los sistemas de información contable en ese caso la pregunta solo fue dirigida a los Jefes de Contabilidad de las empresas públicas.

Se escogieron para este estudio un total de 13 empresas públicas del Estado que operan en la República de Panamá, a las cuales se les aplicó el instrumento a los 13 Jefes de Contabilidad de esas empresas. En lo que respecta a la escogencia de las empresas, se tomó como base las que están descritas en el artículo 176 de la Ley Núm. 418 del 29 de diciembre del 2023, que dicta el Presupuesto General del Estado para la vigencia fiscal de 2024. Estas empresas son:

- Lotería Nacional de Beneficencia.
- Zona Libre de Colón.
- Bingos Nacionales.
- Autoridad Marítima de Panamá.
- Autoridad Aeronáutica Civil.
- Instituto de Acueductos y Alcantarillados Nacionales.
- Instituto de Mercadeo Agropecuario.
- Empresa de Generación Eléctrica, S.A. (EGESA).
- Empresa Mercados Nacionales de la Cadena de Frío, S.A.
- Empresa Metro de Panamá, S.A.
- Agencia Panamá Pacífico.
- Autoridad de Aseo Urbano y Domiciliario.
- Transporte Masivo de Panamá, S.A.

De los 13 Jefes de Contabilidad a los que se les envió el instrumento, contestaron 9 de las siguientes empresas:

- Bingos Nacionales. (empresa de derecho público)
- Autoridad Aeronáutica Civil. (empresa de derecho público)
- Instituto de Acueductos y Alcantarillados Nacionales. (empresa de derecho público)



- Empresa de Generación Eléctrica, S.A. (EGESA). (empresa de derecho privado)
- Empresa Mercados Nacionales de la Cadena de Frío, S.A. (empresa de derecho privado)
- Empresa Metro de Panamá, S.A. (empresa de derecho privado)
- Autoridad de Aseo Urbano y Domiciliario. (empresa de derecho público)
- Transporte Masivo de Panamá, S.A. (empresa de derecho privado)
- Lotería Nacional de Beneficencia. (empresa de derecho público)

Cabe destacar, que de las 9 empresas públicas que contestaron el instrumento, 5 son empresas públicas del Estado que se rigen por las normas de derecho público, mientras que las otras 4 empresas públicas del Estado se rigen por las normas de derecho privado, es decir, estas últimas aplican normas como si fueran empresas privadas, en vista de que son sociedades anónimas.

También se le aplicó el instrumento a los 13 Jefes de Fiscalización de la Dirección Nacional de Fiscalización General de la Contraloría General de la República que prestan servicios en las empresas públicas del Estado, de los cuales contestaron el instrumento 12.

A su vez se les envió a los 42 Jefes de Auditoría de la Dirección Nacional de Auditoría General de la Contraloría General de la República, de los cuales contestaron 21.

Para la elaboración del instrumento se aplicó una escala de Likert, de cinco puntos donde los participantes mostraron con el 1 su total desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 indiferente, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Se efectuó previamente la validación del instrumento considerando la opinión de expertos, es decir, a un Jefe de Fiscalización, Jefe de Auditoría y Jefe de Contabilidad.

En el instrumento aplicado se realizaron 5 preguntas relacionadas con la incidencia del control previo en el componente de control interno denominado ambiente de control

de las empresas públicas las que detallamos en la tabla 1, preguntas basadas en el Informe COSO y a la investigación realizada por Berbey (2014), en su tesis doctoral y que tienen mayor relación con el control previo que ejerce la Contraloría General de la República en las empresas públicas del Estado de la República de Panamá.

Cabe destacar, que para todo este proceso se solicitó y se obtuvo, autorización de los titulares de las empresas públicas y de la Contraloría General de la República.

Tabla 1.

Incidencia del control previo en el ambiente de Control de las empresas públicas

	Cumplimiento
P1	Contribuye a que los administradores y demás personal de las empresas públicas cumplan con los niveles esperados de integridad y comportamiento ético en el manejo de los negocios y recursos públicos
P2	Que la empresa al asignar autoridad y responsabilidad al recurso humano, cumpla con las políticas que establecen las prácticas apropiadas para el tipo de negocio y el conocimiento que debe tener el personal seleccionado.
P3	Contribuye a reforzar la actitud y el interés de la alta gerencia y del personal, por un Control Interno efectivo en todas las áreas de la empresa.
P4	Fiscaliza que el Comité de Auditoría o Junta Directiva de la empresa cumpla con supervisar las actividades de la administración, y de que esta rinda cuentas.
P5	Incide en que la filosofía y estilo de operación de la administración, cumpla con la legalidad y buenas prácticas financieras y operativas, a fin de evitar que las decisiones sean demasiado conservadoras o riesgosas en los negocios de la empresa.

También se efectuó una pregunta sobre la Incidencia del Control Previo en la representación fiel de las transacciones en los actos de manejo de las empresas públicas que se autoricen y registren con su documentación fuente en la Contabilidad de la empresa, la cual describimos en la tabla 2.



Tabla 2.

Incidencia del control previo en la representación fiel de la información financiera en los actos de manejo de las empresas públicas

P6	En que la información financiera originada de las transacciones efectuadas por las empresas públicas se represente de manera fiel (es decir, completa, neutral y libre de errores) en los actos de manejo que se autoricen y se registren con su documentación fuente en la contabilidad de la organización
----	---

Adicionalmente se presenta en la tabla 3, la pregunta relacionada con la seguridad y efectividad de los sistemas de información contable, específicamente en este caso con relación a la frecuencia en que se cambian las claves de acceso al personal contable de las empresas públicas.

Tabla 3.

Seguridad y efectividad de los sistemas de información contable

P7	Al asignar la clave o controles de acceso al personal contable ¿con qué frecuencia se cambian esas claves de acceso?
----	--

Al terminar el periodo de respuestas a la encuesta, se procedió a realizar la construcción de la base de datos, mediante la codificación del cuestionario y se realizaron las diferentes corridas analíticas utilizando la herramienta de estadística descriptiva del programa Excel.

Resultados y Discusión

El Control Previo que ejerce la Contraloría General de la República sobre los actos de manejo de fondos y bienes de las empresas públicas se fundamenta en el Artículo 280 de la Constitución Política de la República de Panamá, específicamente en el numeral 2 de esa carta fundamental.



Es un control de carácter económico y legal y persigue que los actos de manejo de los recursos empresariales públicos se hagan con corrección y conforme a las disposiciones legales, tal cual lo establece el artículo 77 de la Ley 32 de 1984, con sus modificaciones, entre ellas, la más reciente, la Ley 351 del 22 de diciembre del 2022, que en uno de los fragmentos del Artículo 39 que adiciona al Artículo 76-A de la Ley 32 de 8 de noviembre de 1984, indica lo siguiente con respecto a dicho control:

Para los efectos de esta Ley, se entiende por control previo la fiscalización y análisis de las actuaciones administrativas que afectan o puedan afectar un patrimonio público, antes de que tal afectación se produzca, a fin de lograr que se realicen con corrección, dentro de los marcos legales, y no podrá interpretarse como parte del proceso administrativo de dichas entidades responsables de administrar y disponer de sus recursos o una decisión para determinar la conveniencia o no del acto administrativo.

De acuerdo a Berbey (2024), a través “del Control Previo se procura mediante ese mecanismo de fiscalización externo, que esa información que va a ser registrada en la Contabilidad sea correcta y por tanto, confiable de manera tal, que pueda revelar posteriormente mediante los estados financieros la situación real económica y financiera de la empresa pública” (p.112).

Y es que para procurar que los actos de manejo de las empresas se emitan correctamente y posteriormente cuando se registren en la Contabilidad se cumpla con la representación fiel la Contraloría tiene que velar “que estos actos sean emitidos conforme a las leyes aplicables y vigentes, se evita que los administradores, titulares de las entidades públicas, excedan lo que por función y cargo les corresponde” (Royo, 2023, p.69).



Por otro lado, “El control interno tiene como principales objetivos: lograr las metas empresariales, promover eficiencia operativa y la confiabilidad en la información financiera de las unidades económicas” (Santa Cruz Marín, 2014, p.37)

El ambiente de control es uno de los componentes de control interno regulados en el Informe o Modelo COSO. Es el componente que constituye la base de todos los demás componentes de control interno, dado que integra los principios y valores éticos en la organización y, por tanto, en la Contabilidad de la empresa. Si ese componente va mal en la empresa, así mismo será el reflejo de la Contabilidad.

Es importante destacar, que “El modelo Coso es el resultado del trabajo de un comité representado por contadores públicos y auditores, así como administradores y financieros que, en algún momento, decidieron estandarizar una metodología para la evaluación del control interno” (Santa Cruz Marín, 2014, p.40)

Para conocer la incidencia del control previo en el cumplimiento del ambiente de control y en la representación fiel de las transacciones en los actos de manejo de las empresas públicas se formularon las siguientes hipótesis:

H1: El control previo que ejerce la Contraloría General de la República incide en el cumplimiento del ambiente de control de las empresas públicas.

H2: El control previo que ejerce la Contraloría General de la República incide en que la información financiera originada de las transacciones efectuadas por las empresas públicas se represente de manera fiel (es decir, completa, neutral y libre de errores), en los actos de manejo que se autoricen y se registren con su documentación fuente en la contabilidad de la organización.

A fin de validar las hipótesis se aplicó estadística descriptiva que incluye media, mediana, moda, desviación estándar, entre otras, las que se detallan a continuación:

Tabla 4.

Estadística Descriptiva Jefes de Contabilidad

	P1	P2	P3	P4	P5
Media	4.125	4.125	3.875	3	4
Error estándar	0.47949	0.47949	0.548944	0.5	0.46291
Mediana	4.5	4.5	4.5	3	4.5
Moda	5	5	5	3	5
Desviación estándar	1.356203	1.356203	1.552648	1.414214	1.309307
Varianza	1.839286	1.839286	2.410714	2	1.714286
Curtosis	5.002997	5.002997	0.237827	-0.61429	-0.7
Sesgo	-2.12615	-2.12615	-1.25473	0.404061	-1.01835
Rango	4	4	4	4	3
Máximo	5	5	5	5	5
Mínimo	1	1	1	1	2
Suma	33	33	31	24	32
Número de respuestas	8	8	8	8	8
Media geométrica	3.760603	3.760603	3.448488	2.684853	3.760603
Media armónica	3.137255	3.137255	2.857143	2.352941	3.478261
AAD	0.875	0.875	1.1875	1	1
MAD	0.5	0.5	0.5	1	0.5
IQR	1	1	1.5	1.5	1.5

Para los Jefes de Contabilidad, los valores promedio (media) de las percepciones en relación con los diferentes aspectos evaluados (P1 a P5) se distribuyen de la siguiente forma:

Media (Mean): Los valores medios oscilan entre 3.0 y 4.125, siendo el valor más alto para P1 y P2, lo que indica una tendencia general de evaluación positiva sobre la incidencia del control previo. La media más baja se presenta en P4 (3.0), lo que sugiere que la percepción sobre el control previo en relación con ciertos aspectos podría ser menos favorable en algunos contextos.

Desviación estándar: Las desviaciones estándar son relativamente altas, especialmente para P3 y P4 (1.55 y 1.41, respectivamente), lo que indica una gran variabilidad en las percepciones de los Jefes de Contabilidad respecto a estos aspectos.

Mediana y Moda: La mediana muestra una tendencia hacia valores cercanos a 4 o 5, lo que indica que la mayoría de los participantes se agrupan alrededor de una valoración positiva. La moda también se concentra en el valor 5 en muchos de los ítems, lo que refuerza esta tendencia.

Sesgo (Skewness) y Curtosis (Kurtosis): Los valores negativos de sesgo en P1, P2 y P3 indican que las respuestas tienden a concentrarse más en los valores altos de la escala. Por otro lado, la curtosis positiva en varios ítems (P1, P2 y P3) sugiere una distribución más concentrada en torno a los valores extremos (bajos o altos).

Rango (Range): El rango de respuestas varió entre 3 y 4, lo que indica que, aunque hay variabilidad, la mayoría de los valores se concentran en el extremo superior de la escala (cerca de 4 y 5).

Tabla 5.

Estadística descriptiva Jefes de Fiscalización de la Contraloría General

	P1	P2	P3	P4	P5
Media	4.1	4.1	4.1	3.9	3.8
Error estándar	0.378594	0.406885	0.378594	0.233333	0.359011
Mediana	4	4.5	4	4	4
Moda	4	5	4	4	4
Desviación estándar	1.197219	1.286684	1.197219	0.737865	1.135292
Varianza	1.433333	1.655556	1.433333	0.544444	1.288889
Curtosis	5.750599	3.392511	5.750599	-0.73362	4.336037
Sesgo	-2.17558	-1.79171	-2.17558	0.16595	-1.79963
Rango	4	4	4	2	4
Máximo	5	5	5	5	5
Mínimo	1	1	1	3	1
Suma	41	41	41	39	38

Número de respuestas	10	10	10	10	10
Media geométrica	3.807308	3.782815	3.807308	3.836722	3.537872
Media armónica	3.278689	3.243243	3.278689	3.773585	3.092784
AAD	0.72	0.9	0.72	0.54	0.72
MAD	0.5	0.5	0.5	0.5	0
IQR	1	1	1	0.75	0

Los Jefes de Fiscalización presentan una percepción ligeramente más favorable en comparación con los jefes de Contabilidad, con valores promedio generalmente cercanos a 4.

Media (Mean): Los valores medios para P1 a P5 oscilan entre 3.8 y 4.1, lo que refleja una tendencia positiva hacia el impacto del control previo. P5 muestra la menor media (3.8), lo que podría indicar alguna incertidumbre sobre la influencia del control previo en este aspecto.

Desviación estándar: Las desviaciones estándar son más bajas lo que sugiere mayor consistencia en las percepciones respecto a otros ítems.

Mediana y Moda: Al igual que con los jefes de Contabilidad, la mediana para la mayoría de los ítems se encuentra cerca de 4, con una moda en los valores 4 y 5, lo que refleja una percepción en su mayoría positiva.

Sesgo y Curtosis: Los valores negativos de sesgo y la curtosis positiva en P1, P2, P3 y P5 indican que la mayoría de los valores se agrupan en el extremo superior de la escala, lo que sugiere una percepción favorable en estos aspectos. La curtosis negativa en P4 sugiere una distribución más dispersa de respuestas en este ítem.

Rango (Range): El rango de respuestas varió entre 2 y 4, siendo P4 el ítem con el rango más estrecho (2), lo que refleja una mayor uniformidad en las respuestas para este punto específico.

Tabla 6.

Estadística Descriptiva Jefes de Auditoría de la Contraloría General de la República

	P1	P2	P3	P4	P5
Media	4.15	4.2	4.1	3.85	4
Error estándar	0.208693	0.224781	0.203909	0.220943	0.205196
Mediana	4	4	4	4	4
Moda	4	5	4	4	4
Desviación estándar	0.933302	1.005249	0.91191	0.988087	0.917663
Varianza	0.871053	1.010526	0.831579	0.976316	0.842105
Curtosis	6.349801	4.433721	6.672573	2.321729	5.425245
Sesgo	-2.05121	-1.82376	-2.06364	-1.12663	-1.81621
Rango	4	4	4	4	4
Máximo	5	5	5	5	5
Mínimo	1	1	1	1	1
Suma	83	84	82	77	80
Número de respuestas	20	20	20	20	20
Media geométrica	3.977668	4.009338	3.933535	3.672399	3.83434
Media armónica	3.647416	3.658537	3.614458	3.380282	3.529412
AAD	0.595	0.72	0.54	0.71	0.5
MAD	0	1	0	1	0
IQR	1	1	1	1.25	0.25

Los Jefes de Auditoría presentan una tendencia aún más favorable en cuanto a la influencia del control previo en el cumplimiento del ambiente de control con valores promedio que oscilan entre 3.85 y 4.

Media (Mean): Los valores medios para los jefes de Auditoría son relativamente altos, oscilando entre 3.85 y 4.2, lo que refleja una percepción positiva generalizada sobre la influencia del control previo en los aspectos evaluados. La percepción más baja se presenta en P4 (3.85), aunque sigue siendo un valor relativamente alto.

Desviación estándar: Las desviaciones estándar son más bajas, especialmente para P1 (0.933), lo que sugiere una mayor homogeneidad en las respuestas.



Mediana y Moda: La mediana está centrada en 4 para la mayoría de los ítems, lo que indica una tendencia positiva generalizada. La moda también se concentra en 4 y 5, lo que refuerza la percepción favorable.

Sesgo y Curtosis: La curtosis positiva de los ítems sugiere una distribución de respuestas más concentrada en los valores más altos, mientras que el sesgo negativo en P1, P2, P3, P4 y P5 sugiere que la mayoría de las respuestas se agrupan en los valores más altos de la escala.

Rango (Range): El rango de respuestas para este grupo varió entre 4, lo que refleja una tendencia homogénea en las percepciones, sin grandes discrepancias entre los diferentes ítems.

Incidencia del Control previo en la representación fiel de las transacciones en los actos de manejo de las empresas públicas

Desde el punto de vista de Parra (2018), “la representación fiel, es un término que intenta describir aquella información que es confiable para los usuarios por estar libre de errores materiales, ser neutral y estar completa”. (p.98)

El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad del International Accounting Standards Board (IASB), en el Marco Conceptual de 2010, “establece lo que es la representación fiel, en su párrafo CC12, al plantear que, para ser útil, la información debe representar no sólo los fenómenos relevantes, sino que también debe representar fielmente los fenómenos que se pretenden explicar” (Avendaño Calderón, 2022, p.23)

Es por esa razón, que Espinosa Manríquez (2022), indica, “que se puede decir que la contabilidad es una técnica de registro de hechos económicos, la mayoría cuantificables de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera: NIIF (o IFRS, su sigla en inglés)”

Tabla 7.

Estadística Descriptiva Jefes de Contabilidad

	P6
Media	3.875
Error estándar	0.440677239
Mediana	4
Moda	5
Desviación estándar	1.246423455
Varianza	1.553571429
Curtosis	-0.705826397
Sesgo	-0.876069861
Rango	3
Máximo	5
Mínimo	2
Suma	31
Número de respuestas	8
Media geométrica	3.6571582
Media armónica	3.404255319
AAD	0.9375
MAD	1
IQR	1.5

En el caso de los Jefes de Contabilidad, los resultados de la variable P6 muestran una media de 3.88, lo que indica una percepción moderadamente positiva de este grupo en relación con la variable evaluada. La mediana es 4, lo que sugiere que más de la mitad de los encuestados perciben valores cercanos a esta puntuación. La moda es 5, indicando que una parte significativa de los Jefes de Contabilidad otorgan la calificación máxima.

La desviación estándar es 1.25, lo que refleja una cierta dispersión en las respuestas, confirmada por el rango de 3 puntos, que va del valor mínimo de 2 al máximo de 5. Esta variabilidad se observa también en el coeficiente de sesgo (-0.88), que indica que las respuestas están sesgadas hacia la izquierda, lo que sugiere que hay más respuestas cercanas al valor máximo. El coeficiente de curtosis (-0.71) muestra una distribución levemente aplanada, lo que implica que las respuestas no son excesivamente

concentradas en torno a la media, sino que presentan una dispersión relativamente amplia.

Adicionalmente, la media geométrica (3.66) es ligeramente más baja que la media aritmética, lo que señala una ligera influencia de las puntuaciones bajas en el promedio general. El promedio armónico (3.40) refleja una tendencia a los valores más bajos, y el índice de dispersión absoluta media (AAD) es 0.94, lo que sugiere una dispersión moderada. La desviación absoluta media (MAD) es 1, lo que también muestra que la variabilidad de las respuestas no es tan alta en comparación con la media

Tabla 8.

Estadística Descriptiva Jefes de Fiscalización de la Contraloría General

	P6
Media	4.222222222
Error estándar	0.43390276
Mediana	5
Moda	5
Desviación estándar	1.301708279
Varianza	1.694444444
Curtosis	5.657004645
Sesgo	-2.268681577
Rango	4
Máximo	5
Mínimo	1
Suma	38
Número de respuestas	9
Media geométrica	3.881533447
Media armónica	3.272727273
AAD	0.864197531
MAD	0
IQR	1

En el caso de los Jefes de Fiscalización, la media es de 4.22, que es significativamente más alta que la de los Jefes de Contabilidad, indicando una percepción más favorable sobre la variable evaluada. La mediana es 5, lo que sugiere que más de la mitad de los encuestados otorgaron la calificación máxima. La moda también es 5, lo que refuerza la tendencia positiva del grupo. La desviación estándar (1.30) y el rango (4) son más altos que en el grupo de los Jefes de Contabilidad, lo que muestra una mayor dispersión en las respuestas, con valores que van desde 1 hasta 5. El coeficiente de asimetría (-2.27) refleja una tendencia hacia puntuaciones más bajas, lo que sugiere una distribución sesgada hacia el valor mínimo (1), lo que podría indicar algunas respuestas muy negativas entre los encuestados.

El coeficiente de curtosis (5.66) es notablemente alto, lo que sugiere que las respuestas están concentradas en torno a ciertos valores extremos, en este caso, principalmente en torno al valor máximo de 5. El promedio geométrico (3.88) y el promedio armónico (3.27) indican una ligera caída en los valores promedio cuando se consideran los efectos de las puntuaciones bajas. El AAD es 0.86, lo que indica una dispersión relativamente baja en comparación con la media, y el MAD es 0, lo que señala que no hubo variabilidad respecto al valor central de 5.

Tabla 9.

Estadística Descriptiva Jefes de Auditoría de la Contraloría General

	P 6
Media	4.05
Error estándar	0.266310069
Mediana	4
Moda	4
Desviación estándar	1.190974833
Varianza	1.418421053
Curtosis	2.952708829
Sesgo	-1.767052061
Rango	4
Máximo	5
Mínimo	1

Suma	81
Número de respuestas	20
Media geométrica	3.752935155
Media armónica	3.234501348
AAD	0.76
MAD	1
IQR	1

En relación a los Jefes de Auditoría, la media es de 4.05, indicando una percepción favorable sobre la variable evaluada. La mediana es 4, lo que sugiere que más de la mitad de los encuestados otorgaron la calificación máxima. La moda es 4, lo que indica la tendencia positiva del grupo. La desviación estándar (1.19) y el rango (4) muestra una mayor dispersión en las respuestas, con valores que van desde 1 hasta 5. El coeficiente de asimetría (-1.76) refleja una tendencia hacia puntuaciones más altas, lo que sugiere una distribución hacia el valor (4), lo que podría indicar respuestas positivas entre los encuestados.

El coeficiente de curtosis (2.95) lo que sugiere que las respuestas están concentradas en torno a ciertos valores extremos, en este caso, principalmente en torno a los valores máximos de 4 y 5. La media geométrica (3.75) es más baja que la media aritmética lo que señala una influencia de las puntuaciones altas en el promedio general. El AAD es 0.76, lo que indica una dispersión relativamente baja en comparación con la media. La desviación absoluta media (MAD) es 1, lo que también muestra que la variabilidad de las respuestas no es tan alta en comparación con la media.

En lo que respecta a la pregunta relacionada con la seguridad y efectividad de los sistemas de información contable, específicamente en este caso con relación a la frecuencia en que se cambian las claves de acceso al personal contable de las empresas públicas. En la tabla 10 se muestran los resultados obtenidos de las respuestas proporcionadas por los Jefes de Contabilidad de las empresas públicas.

Tabla 10.

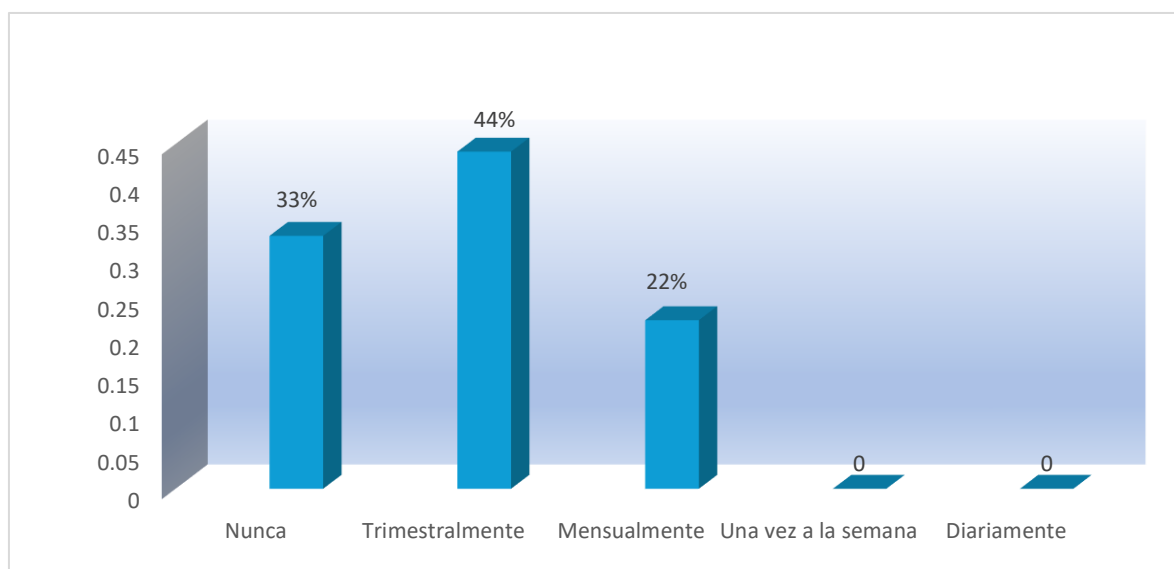
Frecuencia con que se cambian las claves de acceso al personal contable

Frecuencia	Valor	Frecuencia		Acumulativa	
		Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa
Nunca	1	3	0.3333	3	0.3333
Trimestralmente	2	4	0.4444	7	0.7777
Mensualmente	3	2	0.2222	9	0.9999
Una vez a la semana	4				
Diariamente	5				

El cuadro anterior muestra que el 44.44% de las instituciones públicas encuestadas, cambian trimestralmente las claves de acceso al personal de contabilidad. El 22.22% las cambia mensualmente y el 33.33%, nunca han realizado cambios a las claves de acceso al personal de contabilidad.

Figura 1.

Frecuencia con que se cambian las claves de acceso al personal contable





Las claves o controles de acceso generalmente se conocen con el nombre de password.

Todo usuario de un sistema de información contable debe tener una clave de acceso la cual debe ser cambiada periódicamente y no debe ser compartida con ningún otro usuario del sistema. Es importante que se establezca como políticas de seguridad las restricciones de la asignación y el uso de dichas claves. Basados en los roles establecidos previamente por la organización, los administradores de la base de datos tienen la responsabilidad del proceso de asignar los privilegios no autorizados.

Según Chicano Tejada, (2023) “Se debe establecer una serie de procedimientos formales que sirvan para asegurar el acceso del usuario autorizado y, por otro lado, evitar el acceso no autorizado a los sistemas de información de la organización” (s.p)

La clave o controles de acceso al personal contable en una empresa pública es una práctica indispensable, radica en la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información, son pilares fundamentales en la gestión contable de cualquier entidad especialmente en las empresas públicas, tanto las claves o controles de acceso desempeñan un papel crucial en la protección de datos sensibles y en el buen funcionamiento administrativo de estas empresas.

Su asignación debe estar descrita en políticas de seguridad de la información de la institución esto incluye protocolos para la creación, modificación y eliminación de claves, así como guías sobre cómo deben ser almacenadas y protegidas.

De allí que Meza Velásquez y García Lopera (2019), señalan que, “La Contabilidad es un sistema de información mediante el cual se registra, clasifica y resume para generar informes, en forma clara, completa y fidedigna”. (p.7), lo cual puede verse comprometido si no se cumplen con las normas de seguridad en lo relativo a las claves de acceso al sistema por parte del personal contable, más aún cuando no se hacen cambios periódicos de las claves de acceso.



Los resultados obtenidos anteriormente, demuestran que solo un 44.44% de las empresas públicas encuestadas, cambian trimestralmente las claves de acceso al personal de contabilidad. El 22.22% las cambia mensualmente y el 33.33%, nunca han realizado cambios a las claves de acceso al personal de contabilidad incumpliendo con los estándares de seguridad en cuanto a las claves de acceso, lo que pone en riesgo la información financiera contable de esas empresas públicas.

Hoy en día las constantes amenazas y el aumento de los delitos cibernéticos ponen una alerta a los responsables del uso de la información. Las normas brindadas por Cobit (Control Objectives for Information and Related Technologies), ISO/IEC 27001, NIST (National Institute of Standards and Technology) y COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) coinciden en que debe existir en todas las entidades políticas claras sobre la creación, uso y eliminación de cuentas y contraseñas.

Asegurarse de que solo el personal autorizado tenga acceso a la información y sistemas críticos, implementar restricciones de acceso según el rol de cada empleado, definir requisitos para la creación y manejo de contraseñas, así como su periodicidad de cambio son algunas de las normas que nos dictan estos estándares.

Resultados de la validación de las hipótesis

H1: El control previo que ejerce la Contraloría General de la República incide en el cumplimiento del ambiente de control de las empresas públicas.

El control previo ejercido por la Contraloría General de la República influye positivamente en el cumplimiento del ambiente de control en las empresas públicas, especialmente en lo que respecta a la integridad, las políticas de recursos humanos y el control interno efectivo.

Sin embargo, existen diferencias en la percepción de su efectividad entre los distintos grupos de profesionales, evidenciando un mayor consenso y percepción positiva entre los Jefes de Auditoría y Fiscalización, mientras que los Jefes de Contabilidad



muestran una mayor dispersión en sus respuestas, lo que sugiere una posible falta de claridad o consenso respecto a la relación entre el control previo y la eficacia de estos aspectos. Además, todos los grupos presentan una percepción relativamente baja respecto a que incida en la fiscalización y supervisión de las Juntas Directivas, especialmente los Jefes de Contabilidad, lo que indica que esta área podría ser un punto para la mejora en el impacto del control previo.

H2: El control previo que ejerce la Contraloría General de la República incide en que la información financiera originada de las transacciones efectuadas por las empresas públicas se represente de manera fiel (es decir, completa, neutral y libre de errores), en los actos de manejo que se autoricen y se registren con su documentación fuente en la contabilidad de la organización.

El control previo que ejerce la Contraloría General de la República tiene un impacto positivo en la percepción de la fidelidad de la información financiera originada de las transacciones realizadas por las empresas públicas, aunque este impacto es percibido de manera más crítica y cautelosa por los Jefes de Contabilidad, mientras que los Jefes de Fiscalización y Auditoría muestran una percepción más favorable y confiada.

Por otro lado, los **Jefes de Contabilidad** muestran una mayor **incertidumbre y escepticismo**, reflejando una percepción más crítica sobre la incidencia del control previo en la exactitud y representación de las transacciones en la Contabilidad. Esto sugiere que, aunque el control previo tiene un efecto positivo en la precisión de la información financiera, aún existen áreas que podrían beneficiarse de mejoras, especialmente en lo relacionado a su incidencia en el proceso de autorización y registro de las transacciones dentro de la Contabilidad de las empresas públicas.

Conclusiones

Mediante esta investigación se concluye en términos generales que el control previo incide en el ambiente de control y en la representación fiel de la información



financiera en los actos de manejo de fondos de las empresas públicas; no obstante, se debe destacar, que hay aspectos en los que principalmente los Jefes de Contabilidad de las empresas públicas consideran que esa incidencia debe ser mejorada, por lo que asumen una actitud más crítica.

Por otro lado, con relación a las claves de acceso a los sistemas de información contable de las empresas, el 44.44% de las instituciones públicas encuestadas, cambian trimestralmente esas claves de acceso al personal de contabilidad. El 22.22% las cambia mensualmente y el 33.33%, nunca han realizado cambios a las claves de acceso al personal de contabilidad, lo que revela un incumplimiento por parte de esas últimas de políticas de seguridad que ponen en riesgo la información financiera y contable de la organización.

Referencias bibliográficas

Ley 351 (2022) que modifica la Ley 32 de 1984, Orgánica de la Contraloría General de la República. Panamá.

Avendaño Calderón, O. (2022). Estudio sobre la sustitución del término confiabilidad por el de representación fiel. *Teuken Bidikay* 13(21). Colombia.

Berbey, E. A. (2014) *El control previo de la Contraloría General de la República y su impacto en el cumplimiento y mejora del Control Interno de las empresas públicas en Panamá*. [Tesis Doctoral, Universidad de Panamá].

Berbey, E.A. (2024) El control previo como mecanismo que promueve la transparencia de la contabilidad financiera de las empresas públicas. CPA Panamá. 2(1),101-114

Chicano Tejada, E. (2023). *Gestión de servicios en el sistema informático*. IFCT0509: (1 ed.). Antequera, IC Editorial.

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway. Informe COSO.



Espinosa Manríquez, N. (2022) *Contabilidad Financiera y Gerencial*. Tomo I, Ediciones Universidad Alberto Hurtado. Chile, pp.167.

Meza Velásquez, G. y García Lopera A. (2019) *Fundamentos de Contabilidad con NIC y Normas Internacionales de Información Financiera*. Ecoe Ediciones. Bogotá, 320 páginas.

Parra, D. (2018). La Representación Fiel y su influencia en la confianza de usuarios de la información financiera. *Actualidad Contable Fases*, 21(36), 95-115.

Royo Jiménez, E. J. (2023) El control previo: ¿Objetividad o subjetividad del Fiscalizador en su aplicación? *CPA Panamá*. 1(1), 62-70.

Santa Cruz Marín, M. (2014) El control interno basado en el modelo COSO. *Revista de Investigación en Contabilidad*, 1(1), 36-43.

ENSAYOS

**“LA VIGENCIA DEL CONSENTIMIENTO EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA:
¿PUEDE UN ORDENADOR OFERTAR, CONSENTIR Y GENERAR OBLIGACIÓN?”**

**"THE VALIDITY OF CONSENT IN ELECTRONIC CONTRACTING: CAN A
COMPUTER OFFER, CONSENT, AND CREATE OBLIGATIONS?"**

Margareth J. Mosquera T.

Universidad de Panamá, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Panamá.

Correo electrónico: margareth.mosquera@up.ac.pa <https://orcid.org/0009-0008-0585-1441>

Fecha de recepción: 15 de octubre 2024-Fecha de aceptación de 21 de noviembre 2024



DOI <https://doi.org/10.48204/2953-3147.6630>

Resumen

En el contexto actual, la contratación electrónica ha surgido como una forma predominante de establecer acuerdos y manifestar consentimiento. Sin embargo, este fenómeno plantea retos significativos para la teoría tradicional del negocio jurídico, especialmente con el uso de sistemas automatizados e inteligencia artificial (IA). Este ensayo explora la cuestión de si un ordenador puede ofertar, consentir y generar obligaciones legales. Para abordar esta interrogante, se presentan dos posturas: una a favor, que sugiere que un marco regulatorio adecuado podría permitir que sistemas automatizados actúen como agentes en la contratación, y otra en contra, que sostiene que el consentimiento y la asunción de obligaciones son atributos exclusivos de seres

humanos con capacidad de voluntad y discernimiento. Se analiza el concepto de consentimiento desde diversas perspectivas, incluyendo la base filosófica, jurídica, la capacidad de contextualizar, asumir responsabilidades, y manifestar la intención de comprometerse. Además, se discuten las implicaciones en la industria marítima, donde

la contratación electrónica ya es una práctica extendida, particularmente con plataformas como BIMCO's SmartCon. Finalmente, el ensayo concluye que, aunque la contratación electrónica es una modalidad efectiva, no cambia la esencia del consentimiento ni del contrato tradicional. La posibilidad de que los sistemas automatizados puedan ofertar y consentir dependerá de futuras adaptaciones legales, éticas y sociales.

Palabras clave: Consentimiento, Contratación electrónica, inteligencia artificial, sistemas automatizados, obligaciones legales.

Abstract

In the current context, electronic contracting has emerged as a predominant way for establishing agreements and expressing consent. However, this phenomenon poses significant challenges for traditional legal business theory, especially with the use of automated systems and artificial intelligence (AI). This essay explores the question of whether a computer can bid, consent, and generate legal obligations. To address this question, two positions are presented: one in favor, which suggests that an adequate regulatory framework could allow automated systems to act as agents in contracting, and another against, which maintains that consent and the assumption of obligations are exclusive attributes of human beings with the capacity for free will and discernment. The concept of consent is analyzed from various perspectives, including its philosophical and legal basis, the ability to contextualize, assume responsibilities, and express the intention to commit. In addition, the implications in the maritime industry are discussed where e-procurement is already a widespread practice, particularly with platforms like BIMCO's SmartCon. Finally, the essay

concludes that, although electronic contracting is an effective modality, it does not change the essence of consent or traditional contracts. Whether automated systems can bid and consent will depend on future legal, ethical, and social adaptations.

Keywords: Electronic contracting, consent, artificial intelligence, automated systems, legal obligations.

Introducción

En la actualidad es un hecho indiscutible que la modalidad negocial electrónica es una forma cada vez más común de manifestación de la voluntad y de formación del consentimiento. Sin embargo, también es un hecho cierto que los excepcionales rasgos o características que se devienen de las nuevas tecnologías generan cuestionamientos respecto de su pertinencia en la teoría tradicional del negocio jurídico. Y es que, en la era de la digitalización y automatización en la que nos encontramos, los avances tecnológicos son parte del día a día, y han cambiado de forma radical la manera en la que interactuamos e incluso, la forma en la que establecemos relaciones jurídicas.

Ante este entorno tecnológico, la lista de desafíos en la esfera legal es creciente. Máxime en escenarios en los que el nuevo entorno nos da la posibilidad de que los sistemas automatizados, como la inteligencia artificial (IA) y los algoritmos avanzados de predicción de la voluntad, participan ya en procesos legales que tradicionalmente habían sido regentados exclusivamente por los seres humanos, ya sea de forma directa (como persona natural) o de forma indirecta (en nombre y representación de persona jurídica).

Dicho lo anterior, hemos de presentar este escrito en respuesta a la interrogante si ¿puede un ordenador ofertar, consentir y generar obligación? Esta pregunta no es esencialmente teórica, pues alrededor de ella orbitan implicaciones

prácticas como ¿si la contratación electrónica es una modalidad de contratación o es una nueva especie legal de contratación per se?; si reconocemos la contratación electrónica, ¿existe un documento llamado “contrato”? ¿cuándo y dónde se perfecciona dicho contrato? ¿Cuándo es vinculante a las partes? ¿ostenta valor probatorio ante el poder judicial?

Para atender a la interrogante protagonista de este ensayo, hemos de presentar dos posturas, una a favor y otra en contra de viabilidad que un ordenador o sistema automatizado otorgue consentimiento y cree obligaciones.

Desarrollo

1. Concepto de Consentimiento

El consentimiento es un término legal que se acuñado como elemental dentro de la teoría tradicional de los contratos, el cual cuenta con múltiples definiciones, pero todas coinciden en que es un requisito para la existencia del acto jurídico, por lo que sin consentimiento no habría contrato. A efectos doctrinales, el consentimiento es entendido como el acuerdo de dos o más voluntades destinadas a producir consecuenticas o fines de interés legal en la celebración de cualquier convenio o contrato (Vásquez et.al., 2017).

Es por ello por lo que, para la creación del acto jurídico, se requiere que una parte se adhiera a la propuesta realizada por la otra. El consentimiento viene a ser entendido como ese intercambio o asentamiento de dos o más voluntades, que determina el acuerdo de voluntades que vincula a las partes. Por tanto, requiere de (i) formación de la voluntad y (ii) manifestación.

Ahora bien, vemos que el término consentimiento va ligado al de voluntad. Y es esta última la que se entiende como la intención humana que se dirige a realizar

una acción con efectos jurídicos. La voluntad se interconecta con la intención humana interna y la exteriorización de esta, por ello, que incluso la no coincidencia entre la voluntad interna y la voluntad declarada, es por muchos autores considerada como una causal de nulidad del contrato, al tratarse del error obstativo (Taboada Córdova, 1997 p. 54).

Al estadio del consentimiento, solo hemos de poder llegar atravesando por las fases de comprensión, deliberación y decisión, acciones que debemos poder realizar de manera libre y consciente.

1.1. Consentimiento Humano vs. el llamado “Consentimiento” Automatizado

Con este panorama, pasemos a discutir las diferencias entre el consentimiento humano y aquel consentimiento que podrían (o no) manifestar los sistemas o plataformas automatizadas. Recordando pues, que estos últimos se componen de parámetros predefinidos, basados en consideraciones casi matemáticas, en donde una “acción definida” supone una “reacción definida”, careciendo de conciencia, pero rebosando de la ejecución de instrucciones codificadas. Vamos a evaluar las diferencias entre estos dos (2) conceptos, desde los siguientes prismas: (i) base filosófica y jurídica del consentimiento, (ii) capacidad de evaluación y conceptualización, (iii) determinación de la responsabilidad y la asunción de obligaciones, y (iv) capacidad de manifestación de la intención.

1.1.1. Desde el punto de vista filosófico y jurídico

Desde el punto de vista de la base filosófica y jurídica del consentimiento humano, este se basa en la capacidad de autonomía y libre albedrío. Lo que implica que el ser humano que está consintiendo ha pasado por el proceso complejo de comprensión y ha llegado a la decisión consciente tomada. Tomando como premisa, que dicho individuo debe contar con capacidad legal para obligarse y asumir las

obligaciones y derechos emanadas del respectivo contrato. Es claro entonces, que el consentimiento humano exige un entendimiento pleno de las circunstancias que acaecen y sobre todo, de las consecuencias y términos de la acción o acuerdo que se pretende consentir.

En contraste, las plataformas digitales automatizadas no poseen voluntad ni conciencia, lo que podríamos llamar como su posible “consentimiento”, es en realidad una acción programada y configurada, que se basa en algoritmos y reglas predefinidas por sus desarrolladores informáticos. No hay tal deliberación o reflexión, sino un sistema que responde conforme a condiciones lógicas (e.g. “Si se da A, entonces se ejecuta B). Las acciones que son posibles para el ser humano como la discrecionalidad y matización propia de la aplicación de principios son, por el momento, inalcanzables para las plataformas digitales automatizadas y por tanto, su mal llamado consentimiento es en todo caso una ejecución automática de instrucciones codificadas y predefinidas por sus programadores.

1.1.2. Desde el punto de vista de evaluación y contextualización

El consentimiento dado por los seres humanos esta contextualizado, pues tiene en cuenta factores éticos, culturales, emocionales y personales. Por tanto, ante circunstancias cambiantes, no hay duda, que el ser humano adaptara su comprensión, decisión y, por ende, su consentimiento.

El consentimiento humano es netamente subjetivo, lo que permite que se pueda retractar o modificar acuerdos con base en la evolución de los hechos y las relaciones interpersonales.

En contrario, el mal llamado consentimiento de las plataformas digitales automatizadas, carece de capacidad de comprender el contexto en un sentido humano. Estas plataformas operan dentro del marco de lo preprogramado, y por ende de datos disponibles y predefinidos.

La evaluación que puede hacer una de estas plataformas es meramente objetiva, pues responde a los ya mencionados algoritmos, y omite la influencia de factores morales o sociales.

1.1.3. Desde el punto de vista de la determinación de la responsabilidad y la asunción de obligaciones

El consentimiento humano implica que quien lo emite, simultáneamente, está asumiendo la responsabilidad legal por las decisiones tomadas y las obligaciones contraídas. A razón de ello, el efecto jurídico de la manifestación de la voluntad entre las partes contratantes es la formación de vínculos jurídicos, basados en confianza mutua y en la capacidad de cumplir con las obligaciones contraídas.

El sistema o plataforma no tiene personalidad jurídica ni capacidad legal para contraer responsabilidad en el sentido tradicional de la teoría de la contratación. Y es que, cualquier obligación que sea contraída por el sistema o plataforma digital va a ser en realidad asumida por los humanos detrás de ella, lo que se hace extensivo de en nombre y representación de quien actúa o quienes están detrás de sus programación, configuración y uso.

1.1.4. Desde el punto de vista de la capacidad para manifestar la intención de comprometerse

Por regla general, el ser humano posee la capacidad indiscutible de manifestar su intención de comprometerse en un acuerdo o acción legal. El consentimiento humano permite el ejercicio de discernimiento y propósito, lo que anteriormente comentamos como la voluntad interna y la voluntad declarada. Esto se traduce en el hecho que una persona puede aceptar o rechazar un acuerdo en función de sus objetivos personales.

Mientras que, el mal llamado consentimiento de las plataformas digitales no se vale de propósitos ni motivaciones para la ejecución de las instrucciones preprogramadas, pues no puede cuestionar comando ya programados, sino solo ejecutarlos.

En conclusión, el consentimiento humano es un proceso completo, mientras que la ejecución de comandos que realiza la plataforma digital no puede concebirse como consentimiento, sino como un fenómeno plenamente técnico que se reduce a la ejecución de instrucciones preconfiguradas sin voluntad genuina (Pinochet, 2004).

2. Argumentos a favor de la viabilidad que ordenador pueda ofertar, consentir y generar obligación

En la actualidad, existen algunos ordenamientos que ya están explorando la posibilidad de dar una forma limitada de “personalidad jurídica electrónica” para sistemas digitales automatizadas, tal es el caso de la Unión Europea, Arabia Saudita, Japón y Estados Unidos. Por lo que nos lleva a plantearnos que, si es viable que los sistemas u ordenadores operen legalmente dentro de un marco regulado, otorgando validez jurídica a sus actos, asumiendo que los mismos respetan el orden público, los parámetros éticos y de control de sus creadores.

En vista de ello, el argumento principal a favor de la viabilidad de la pregunta objeto de estudio se basa en la existencia de un marco regulatorio que así lo permita. En este escenario tendríamos la figura de “agentes de inteligencia artificial” y los principales “individuos detrás del sistema/ordenador”. Bajo este esquema, la inteligencia artificial sería el representante del ser humano en la contratación electrónica y se reconocería que dicho actuar es en nombre y representación de su principal, siendo la “electrónica” la modalidad en la que se contrata, pero, el contrato per se sería visto de la forma tradicional.

3. Argumentos en contra de la viabilidad que un ordenador pueda ofertar, consentir y generar obligación

Partimos de la base, que es con esta posición, con la que nos identificamos desde el momento en que iniciamos el estudio del tema objeto del presente artículo. Y es que, desde nuestro mejor entender, no es viable que un ordenador o sistema digital pueda otorgar consentimiento propio en el sentido tradicional del derecho. Como hemos comentado, tanto el consentimiento como la creación de obligaciones jurídicas se basan en la capacidad de entendimiento, intención o motivación y voluntad libre de actuar. Todas estas características son propias de los seres humanos, y no así, de los ordenadores o sistemas. Un ordenador puede ser muy avanzado, pero carece de conciencia, capacidad de razonamiento moral, contextualizar y matizar decisiones. En resumen:

1. Los ordenadores carecen de voluntad independiente y autonomía (Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional [CNUDMI], 2022, p. 8).
2. Los ordenadores y sistemas automatizados son herramientas, pero no tiene personalidad jurídica diferenciada (Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional [CNUDMI], 2022, p. 8).
3. Los ordenadores son el reflejo de la configuración preestablecida.
4. Su actuar responde a formatos lógicos (Si se da A, se ejecuta B).
5. Los ordenadores no son susceptibles de responsabilidad civil ni penal en caso de incumplimiento de las obligaciones, por lo que no son sujetos jurídicos.
6. En última instancia, siempre que el ordenamiento legal así lo permita, los ordenadores solo podrán ser el medio a través del cual su “mandante” profirió o manifestó su voluntad. Por lo que, las obligaciones que se contraigan a través de dicho ordenador o sistema se deben entender como contraídas por el individuo/entidad jurídica “detrás” del mismo.

Consideraciones Finales

Somos del criterio que, bajo las circunstancias actuales, un ordenador no puede ofertar, consentir y generar obligación. En todo caso, la noción de contrato en la contratación electrónica no se modifica, y por tanto, la noción de consentimiento como elemento o requisito para la existencia de los contratos está vigente. Lo único que cambia es el medio a través del cual se manifiesta la contratación, por lo que lo “electrónico” es solo una modalidad de contratación y difiere de la contratación tradicional, al carecer de corporeidad.

Aspectos como la equiparación de la forma electrónica a la forma escrita, para darle el valor de prueba documental es una salida salomónica al problema de la valorización de la prueba de un contrato electrónico y la determinación de su existencia y vinculación entre las partes.

En este sentido, consideramos relevante indicar que, en el contexto de la industria marítima, la contratación electrónica ha ganado terreno como un mecanismo eficiente y seguro para negociar y formalizar contratos de fletamento. Ejemplo de ello es el uso cotidiano que las navieras e intereses de la carga le dan al formato de contrato de fletamento por tiempo NYPE 93 (New York Produce Exchange), adaptado para plataformas digitales. Y es que, para estos efectos, las partes intervinientes en la negociación y posterior contratación utilizan BIMCO's SmartCon, que es una plataforma de contratación electrónica que facilita la negociación y ejecución de contratos marítimos basados en formularios estándar como el NYPE 93.

Dicha plataforma, sumada a las interacciones vía correo electrónico y llamadas con recapitulación posterior, engloban desde el inicio de la negociación hasta la entrega y ejecución del contrato de fletamento, lo que incluye cualquier modificación a las cláusulas. En este escenario, el contrato de fletamento como tal mantiene su esencia y es solo el medio en el que se ha negociado y perfeccionado,

el que se modifica, siendo ahora “electrónico”. Esta es la realidad de la industria marítima de hace más de una década.

Finalmente, no escapa a la luz que la pregunta objeto de análisis en este ensayo no tiene en realidad una respuesta definitiva. Pero, lo cierto es que estamos ante una dicotomía en la que los enfoques tradicionales, de los cuales somos simpatizantes, subrayan limitaciones éticas, legales y doctrinales, mientras que los avances tecnológicos sugieren un potencial para expandir del derecho en la era digital.

En última instancia, la viabilidad de que un ordenador finalmente pueda ser el medio para consentir, dependerá del derecho positivo del país, de la ética que éste pueda emular en sus algoritmos y de la disposición que nosotros, como sociedad, estemos dispuestos a aceptar las nuevas formas de interacción legal.

Referencias bibliográficas

Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (2022). Informe del Grupo de Trabajo IV (Comercio Electrónico) 63er período de sesiones Nueva York: Uso de la inteligencia artificial y la automatización en la contratación. <https://documents.un.org/doc/undoc/ltd/v22/011/20/pdf/v2201120.pdf>

Pinochet Olave, R. (2004). La Formación del Consentimiento a Través de las Nuevas Tecnologías de la Información Parte I: La Oferta Electrónica. *Revista Ius et Praxis*, 10(2), 267-320. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122004000200009>

Resolución del Parlamento Europeo sobre Normas de Derecho Civil en Robótica (2017).

Taboada Córdova, L. (1997). El consentimiento y la declaración de voluntad en la doctrina general del contrato. *IUS ET VERITAS*, 8(14),53-61. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/view/15705>



Vázquez Guerrero, A., Ramírez Barba, E., Vázquez Reta, J., Cota Gutiérrez, F. y Gutiérrez Muñoz, J. (2017). Consentimiento informado. ¿Requisito legal o ético? *Cirujano General*, 39(3), 175-182.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-00992017000300175&lng=es&tlng=es.



LA CONFIANZA COMO DENOMINADOR COMÚN DE LA FE PÚBLICA Y LA REPRESENTACIÓN FIEL EN CONTABILIDAD

TRUST AS A COMMON DENOMINATOR OF PUBLIC FAITH AND FAITHFUL REPRESENTATION IN ACCOUNTING

Lilinet Salazar Him

Caja de Seguro Social, Dirección Ejecutiva Nacional de Finanzas, Panamá.
Correo electrónico: lil.salazar@css.gob.pa <https://orcid.org/0009-0008-7628-0877>

Ricardo Antonio López De León

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de San Miguelito, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá.
Correo electrónico: ricardo.lopezdl@up.ac.pa <https://orcid.org/0009-0008-4907-5480>

Eric Alberto Berbey

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá.
Correo electrónico: eric.berbey@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0003-1813-0332>

Marta Concepción Sosa

Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Panamá.
Correo electrónico: marta.sosa@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0002-5867-9277>

Fecha de recepción 17 de octubre de 2024 Fecha de aceptación 29 de noviembre de 2024



DOI <https://doi.org/10.48204/2953-3147.6632>

Resumen

El objetivo de este estudio es explicar que la confianza de los usuarios de la información financiera y por tanto de la sociedad, constituye el denominador común de la fe pública y la representación fiel en Contabilidad. Para ello, se han considerado antecedentes de la literatura contable aunado a un análisis reflexivo. Como resultados del estudio se concluye que la confianza de los usuarios de la información financiera es el denominador común de la fe pública y la representación fiel y que dependerá de los profesionales de la Contabilidad no incurrir en malas prácticas y debilitamiento de principios éticos y morales por los que sean sometidos a un juicio constante por parte de la desconfianza de los usuarios de la información financiera, lo que pondría en duda la fe pública y la representación fiel a nivel de la profesión.

Palabras claves: Fe pública, representación fiel, confianza.

Abstract

The objective of this study is to explain that the trust of users of financial information and therefore of society, constitutes the common denominator of public faith and faithful representation in Accounting. Background of accounting literature has been considered together with a reflective analysis. As a result of the study, it is concluded that the trust of users of financial information is the common denominator of public faith and faithful representation and that it will depend on accounting professionals not to incur in bad practices and weakening of ethical and moral principles for which they are subjected to constant judgment by the distrust of users of financial information, which would call into question public faith and faithful representation at the level of the profession.

Key words: Public faith, faithful representation, trust.

Introducción

El ejercicio profesional del Contador Público Autorizado gira en torno a muchos aspectos, llámense legales propios de la profesión y de las actividades de la industria o sector en el que preste sus servicios, de normativa contable y de aspectos éticos y morales entre otros.

Es su desempeño profesional y el trabajo contable que genere los que estarán sometidos al juzgamiento a través de la confianza o desconfianza de los usuarios de la información contable.

En este estudio se explica como la confianza de los usuarios de la información contable se constituye en el denominador común de la fe pública y la representación fiel y como esa confianza producto del desempeño del profesional de la Contabilidad y la calidad de su trabajo, pueden afectar a la profesión.

Para este estudio se recurre a antecedentes de la literatura contable y a un análisis reflexivo sobre el tema. Es por ello que se inicia haciendo referencia a los antecedentes y análisis de lo relacionado con la fe pública, para posteriormente hacer lo propio con el concepto de representación fiel y finalmente hacer un análisis reflexivo de como estos conceptos tienen como denominador común a la confianza de los usuarios de la información financiera, lo cual se traduce a la confianza de la sociedad.

Desarrollo

I. La Fe pública y su relación con la Contabilidad.

De conformidad con la máxima institución intérprete y reguladora del idioma español, la fe pública es definida como la:

Autoridad legítima atribuida a notarios, escribanos, agentes de cambio y bolsa, cónsules y secretarios de juzgados, tribunales y otros institutos oficiales, para que los documentos que autorizan en debida forma sean considerados como auténticos y lo contenido en ellos sea tenido por verdadero mientras no se haga prueba en contrario. (Real Academia Española de la Lengua, 2023)

Esa definición se refiere a una autoridad que se atribuye a un cargo considerado oficial, para que los documentos que autorice sean considerados auténticos y no conforme con eso, la referida definición va más allá al plantear que el contenido de tales documentos se tenga como verdadero, mientras no se pruebe lo contrario.

Esto quiere decir, que los documentos que sean avalados por quien está autorizado por el Estado, dado que se hace referencia a institutos oficiales, son veraces, sin que eso impida que sean impugnados por los mecanismos oficiales que se establezcan.

La definición de la Real Academia Española de la Lengua y por tanto, de la principal fuente de interpretación y regulación del idioma Español, le imprime un carácter de verdaderos, hasta que no se pruebe lo contrario, a los documentos que sean avalados por quienes ejerzan cargos oficiales a los que se le haya atribuido la fe pública.

Lo anterior recobra aún más importancia, cuando lo relacionamos con el artículo 2 de la Ley 280 del 30 de diciembre del 2021, que regula la profesión de Contador Público Autorizado, publicada en la Gaceta Oficial Núm.29445-E del 30 de diciembre del 2021.

En lo pertinente, el referido artículo considera como acto propio de la profesión:

todos aquellos servicios que den fe pública sobre la veracidad de la información relacionada con la función técnica de producir, de manera sistemática y estructural información cuantitativa en términos monetarios de las transacciones económicas que realizan las personas naturales y jurídicas, públicas y privadas, así como de los hechos económicos que las afectan, y

de comunicar dicha información, con el objeto de facilitar a los diversos interesados la toma de decisiones de carácter financiero en relación con el desarrollo de sus actividades respectivas. (Ley 280, 2021, art.2)

La disposición antes transcrita, pone de manifiesto que constituyen actos propios de la profesión, aquellos servicios que tengan como propósito dar fe pública sobre la veracidad de la información financiera que, sin duda alguna, tiene su soporte en la Contabilidad de la persona natural o jurídica según sea el caso y es que tal como sostiene Pinzón Alfonso y Serrato Guana (2021), “En este contexto aparece el rol principal del contador, el cual cumple la tarea de certificar o dar fe pública sobre la información, específicamente financiera; que permite con el respaldo del Estado, garantizar una adecuada toma de decisiones”. (p.2)

Aquí es importante destacar, que aunque la norma jurídica no lo reconozca taxativamente por referirse a aspectos cuantitativos, el ejercicio profesional del Contador Público Autorizado, considera también aspectos de naturaleza cualitativa que pueden incidir en la información financiera que se suministre para la toma de decisiones, pero tal como lo manifiesta Santos Gutiérrez (2018), “La función del contador público está enmarcada por el horizonte de la contabilidad y no siempre puede expresarse en una ley, que muchas veces resulta reduccionista por las limitaciones de la técnica”. (p.5)

Desde el punto de vista de Betancur (2012), “La Contabilidad, haciendo parte de ese todo social, no es ajena a dichas dinámicas y hace suya esta lógica de mundo para su cuerpo teórico y técnico. Una racionalidad instrumental dinamiza su estructura conceptual y metodológica orientándose a unos fines predeterminados”. (p.113)

De allí que en función de esa norma analizada de manera concordante con el artículo 10 de la referida ley, no da lugar a dudas de ninguna índole, que es el Contador Público Autorizado el profesional que está investido de la autoridad legítima para que la documentación financiera y contable que avale sea considerada auténtica y por tanto

verdadera, hasta tanto no se pruebe lo contrario, lo que implica que lo actuado por el profesional tiene una presunción de legitimidad.

Es el Contador Público Autorizado el facultado para dar fe pública en todo lo relacionado a la información financiera y su Contabilidad, de allí la relación que existe entre la fe pública y la Contabilidad, pues “se encuentra implícito el carácter público que se da al contador, porque representa al público y sus intereses en las operaciones financieras del ente económico” (Santos Gutiérrez, 2018, p.6).

Por tanto, debe ser el Estado el que garantice que esa función se desarrolle como debe ser, en primer lugar, a través del ejercicio profesional del propio Contador Público Autorizado y en segundo lugar, pero no menos importante, a través de los organismos reguladores correspondientes, entre ellos, la Junta Técnica de Contabilidad, aplicando la acción correctiva que corresponda por las malas prácticas y faltas que cometa el profesional, previo cumplimiento del debido proceso y que la decisión esté sustentada en un caudal probatorio y conforme a las disposiciones vigentes.

No obstante, consideramos que la acción correctiva no es la única vía que debe gestionar la Junta Técnica de Contabilidad, pues existen aspectos de naturaleza preventiva, como lo son, entre otros, la capacitación.

II. La Representación Fiel en Contabilidad

La doctrina contable, se ha ocupado de estudiar lo relacionado con la Representación Fiel en Contabilidad, destacando su definición y los aspectos que comprende. En este ensayo haremos algunas referencias generales sobre el tema.

A través de la doctrina y previo al concepto de representación fiel, se han hecho críticas sobre la representación en Contabilidad. Autores como Machado (2009), afirman que, “La representación como proceso dinámico y complejo que permite aprehender la

realidad de las organizaciones, reemplazará el recuerdo histórico que del término han legado hasta ahora en la práctica las teorías contista y patrimonialista” (p.53)

Adicionalmente el referido autor al hacer una reflexión sobre la representación en Contabilidad, cuestiona los enfoques a nivel comunicacional y neoclásico de la Contabilidad, porque a su juicio, se limita en las organizaciones a procesos registrales, mecánicos y acrícos, al extremo que incluye en sus cuestionamientos a los contadores al afirmar que, “No es osado plantear que la crisis actual de la ciencia contable tiene estrecha relación con la forma que tienen los contables de ver el mundo y la manera como conciben y representan la realidad de las organizaciones a nivel universal”. (p.52)

No obstante, lo anterior, ¿qué debemos entender por representación fiel? Las consideraciones doctrinales antes expresadas, nos indican que la representación en Contabilidad implica concebir y representar contablemente la realidad de las organizaciones y de las personas.

En ese sentido, el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad del International Accounting Standards Board (IASB), en el Marco Conceptual de 2010, “establece lo que es la representación fiel, en su párrafo CC12, al plantear que, para ser útil, la información debe representar no sólo los fenómenos relevantes, sino que también debe representar fielmente los fenómenos que se pretenden explicar” (Avendaño Calderón, 2022, p.23)

Desde el punto de vista de Parra (2018), “la representación fiel, es un término que intenta describir aquella información que es confiable para los usuarios por estar libre de errores materiales, ser neutral y estar completa”. (p.98)

Por errores materiales debemos entender aquellos relevantes que puedan variar la decisión por parte de los usuarios de la información financiera, situación que no hubiese ocurrido si no estuvieran presentes esos errores, por lo que, si no son significativos, no serían entonces materiales, un caso de un error que no es material lo propone el maestro Paz (2023), al indicar como ejemplo que “al finalizar el periodo fiscal se identifica que no

se registró una partida de menor cuantía, como la misma no es representativa no se registra” (p.41), lo que quiere decir, que ese error que no es significativo no tendría un impacto en la toma de decisiones por parte de los usuarios de la información financiera.

No obstante, en sentido contrario, tomando ese mismo ejemplo, si se omite por error el registro contable de una partida significativa que tendría un impacto en la toma de alguna decisión financiera, entonces estaríamos ante un error material, ya que si tal error no se hubiese cometido y en su lugar estuviera registrada y revelada dicha información, los usuarios hubiesen contado con una información de calidad que les permita adoptar la decisión pertinente, lo que no se puede hacer cuando existen errores materiales, puesto que esos errores ocultan realidades de importancia relativa que pueden dar lugar a la toma de decisiones que no sean viables por parte de los usuarios de la información financiera, precisamente porque el error impidió revelar esa información.

Por otro lado, información financiera neutral quiere decir que la información debe ser objetiva y por tanto imparcial. En la Contabilidad debe registrarse y revelarse lo que es.

Finalmente, información completa es toda aquella necesaria para la toma de decisiones, de lo cual se deduce que no debe estar incompleta, ya que cualquier decisión adoptada con esa información, lo más seguro que no sería la conducente o pertinente con la realidad financiera y operativa del negocio, aunado a que “presentar información incompleta no es sinónimo de transparencia” (Berbey, 2024, p.109).

En base a las consideraciones generales que emergen del Marco Conceptual para la Información Financiera del IASB se colige que “el objetivo de la información financiera con propósito general, es el de proporcionar información financiera sobre la entidad que informa, que sea útil a los usuarios (inversores, prestamistas y otros acreedores existentes y potenciales), para que puedan tomar decisiones” (Rodríguez, 2018, p.139)

No obstante, “la sustitución del término confiabilidad por representación fiel en el Marco Conceptual de 2010, así como la consideración por parte del Consejo de Normas para reincorporar confiabilidad en el Marco Conceptual 2018, parece no solucionar el problema de la ambigüedad” (Avendaño Calderón, 2022, p.20), al referirse a la situación de interpretación que surge entre los conceptos de representación fiel y confiabilidad.

Finalmente, el concepto de representación fiel tiene como objetivo que la información que se registre y revele por parte de la Contabilidad exprese la realidad financiera de la organización, por lo que debe ser neutral, estar completa y libre de errores de importancia relativa o materiales. En síntesis, debe proyectar lo que es.

III. La confianza como denominador común de la fe pública y la representación fiel.

Cuando hacemos referencia al concepto denominado confianza, debemos remitirnos a la interpretación correcta que dan los especialistas del idioma. En ese sentido, encontramos como definición de ese concepto “Esperanza firme que se tiene de alguien o algo” (Real Academia de la Lengua Española, 2023). Es más, entre los sinónimos que proponen se encuentran: “esperanza, fe, certidumbre, credulidad, creencia, tranquilidad, seguridad” (Real Academia de la Lengua Española, 2023).

Como se puede observar de la definición y sinónimos antes citados, la confianza implica una esperanza que se tiene de alguien o algo lo que también se traduce en fe, creencia, en ese alguien o algo.

Al traer ese concepto al plano de la Contabilidad, nos encontramos inmediatamente con los aspectos estudiados anteriormente, es decir, por un lado, la fe pública y por otro, la representación fiel.

Con respecto a la fe pública, la confianza tiene entre sus implicaciones la esperanza o creencia por parte de los usuarios de la información financiera de que el profesional de la Contabilidad tiene la capacidad, conocimientos, destrezas y principalmente valores éticos y morales para realizar un trabajo contable auténtico y por tanto verdadero.

Esta es la forma en que se proyecta la esperanza por parte del usuario de que el profesional al realizar su trabajo se ajustará a las reglas éticas, legales y normas internacionales de información financiera y principalmente que proyecte la realidad financiera del negocio, trabajo por el cual ese profesional de la Contabilidad da fe, por lo cual con respecto a la fe pública esa confianza por parte de los usuarios se manifiesta en la esperanza en alguien, es decir, en el profesional de la Contabilidad.

Es por esa razón que el Estado para asegurar los valores de calidad profesional otorga la idoneidad de Contador Público Autorizado a quienes hayan cumplido los requisitos que establece la Ley 280 del 30 de diciembre del 2021.

Por tanto, es la proyección del profesional de la Contabilidad la que finalmente quedará definida en su trabajo. Por lo que la fe pública que otorgue el profesional quedará supeditada a sus conocimientos, capacidad, experiencia profesional y principalmente valores éticos morales, todos estos aspectos vinculados a la proyección que dé a la sociedad el mismo profesional con sus actuaciones sujetas a la ley y normas internacionales de información financiera.

Por otro lado, la confianza de los usuarios de la información financiera con respecto a la representación fiel es un concepto que va más ligado a algo en lugar de alguien.

Aquí la confianza o esperanza del usuario está puesta en que la información financiera registrada y revelada por la Contabilidad esté completa, neutral y libre de errores materiales o de importancia relativa. Es decir, que sea la información de calidad que requiere el usuario para tomar decisiones.

Como hemos podido observar, la confianza de los usuarios de la información financiera está presente en cada uno de los aspectos del ejercicio profesional de la Contabilidad, principalmente en los que hemos destacado en este estudio, es decir, la fe pública y la representación fiel.

Cada uno de esos dos conceptos se conjugan con la confianza, al extremo que esta última, es la base de la fe pública y la representación fiel, es lo que hemos manifestado como denominador común de ambos aspectos de la Contabilidad.

Ya que, sin confianza, nadie haría caso a los informes y documentos contables contentivos de información financiera, por cuanto no habría credibilidad en la información presentada.

De igual forma, sin esa confianza en el profesional, al mismo le sería difícil dar fe pública, porque se ha visto afectada la reputación que tiene ante la sociedad.

No podemos dejar de lado, que ante los escándalos financieros que han azotado a la profesión contable a nivel global, han sido más los requerimientos y regulaciones que se han estado adoptando a nivel internacional y local, para poder dar más confianza a la sociedad sobre la calidad de los servicios de los profesionales de la Contabilidad, precisamente por la desconfianza que se ha producido debido a esos escándalos financieros empresariales.

De allí más regulaciones y la creación de mayor número de organismos reguladores con el propósito de estandarizar y fiscalizar todos los aspectos e inclusive de presentación de la información financiera y de regulación de diversas industrias y procesos. Mayores requerimientos, más fiscalización e informes al profesional de la Contabilidad.

Todos estos aspectos nos llevan a pensar en la necesidad de que el profesional de la Contabilidad debe rescatar esa confianza de la sociedad, proyectándose tanto él o ella como también su trabajo con los más altos estándares que reconoce la profesión de

manera concordante con los principios éticos y morales habida cuenta que, “La fe pública se relaciona con el respaldo social basado en la confianza del público o de los grupos de interés; esta confianza es directamente proporcional a la capacidad real del contador para desempeñar su función social” (Pinzón Alfonso y Serrato Guana, 2021, p.2)

Y es que no se puede negar, que prácticamente todos los escándalos financieros empresariales tienen sus bases en la avaricia y el debilitamiento de los principios éticos y morales en el ejercicio profesional, lo cual ha afectado las bases de nuestra profesión y su ejercicio.

De allí que los conceptos de fe pública y representación fiel deben llevarnos al convencimiento pleno, de que aún existen situaciones que como contadores debemos revisar y mejorar, tanto en lo personal como en lo profesional, para que ese denominador común al que hemos denominado la confianza de los usuarios de la información financiera pueda volver por lo menos, al nivel que tenía antes de los bochornosos hechos que empañaron nuestra profesión.

En síntesis, somos nosotros los profesionales de la Contabilidad los que, con nuestras actuaciones tendremos la palabra con sus respectivas consecuencias.

Consideraciones finales

En este estudio hemos analizado los aspectos que comprenden la fe pública y la representación fiel en Contabilidad apoyándonos en antecedentes de la literatura contable y de la reflexión como mecanismo validador y generador de conocimientos.

Hemos extendido este análisis y reflexión a la confianza de los usuarios de la información contable y como esta se constituye en denominador común de la fe pública y la representación fiel.

En virtud de este estudio, se concluye que es el profesional de la Contabilidad con sus actuaciones el que tiene en sus manos el futuro de la profesión y por tanto, de nada

valdrá la fe pública que le otorgue la ley y la representación fiel de su trabajo contable, si por malas prácticas y debilitamiento de principios éticos y morales sea sometido a un juicio constante por parte de la desconfianza de los usuarios de la información financiera.

El problema de esto no es que afecte únicamente a un profesional, sino que siga afectando a un mayor nivel, la confianza que ha depositado la sociedad en todos los profesionales de la Contabilidad.

Referencias bibliográficas

Avendaño Calderón, O. (2022) Estudio sobre la sustitución del término confiabilidad por el de representación fiel. *Teuken Bidikay-Revista Latinoamericana de Investigación en Organizaciones Ambiente y Sociedad*, 13 (21)

Berbey, E. A. (2024) El control previo como mecanismo que promueve la transparencia de la Contabilidad Financiera de las empresas públicas. *CPA Panamá*, 2(1), 101-114.

Betancur, H. D. (2012) La Contabilidad: un incesante caminar por lo epistemológico y lo ontológico, nuevas perspectivas investigativas. *Lúmina* 13, enero – diciembre.

Ley 280 (2021) Que regula la profesión de Contador Público Autorizado, publicada en la Gaceta Oficial Núm.29445-E del 30 de diciembre del 2021.

Machado R., M. A. (2009) Contabilidad y realidad: una relación crítica bajo el enfoque de la representación. *Actualidad Contable Fases*, 12(19), 38-55.

Parra, Darwin (2018) La Representación Fiel y su influencia en la confianza de usuarios de la información financiera. *Actualidad Contable Fases*, 21(36), 96-115.

Paz Díaz, N. O. (2023) *Contabilidad Segunda edición*, Editorial Universitaria UTP. 383 páginas.

Pinzón Alfonso, R. y Serrato Guana, A. (2021) El dilema ético del contador público en Colombia. Una reflexión sobre su función social de garantizar la confianza pública. *Cuadernos de Contabilidad*, vol.22.



Real Academia de la Lengua Española (2023). *Diccionario de la lengua española*.

Rodríguez, J. M. (2018) Elementos claves para definir el concepto de utilidad en la información financiera. *Actualidad Contable Fases*, 21(36), 136-150.

Santos Gutiérrez, E. (2018) El contador público como causa primera y última de la confianza pública. *Revista de Contabilidad y Negocios*, 13(25).