



UNIVERSIDAD
BICENTENARIA

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN ASOCIADAS

Facultad de Ciencias
Administrativas y Sociales

¡SUEÑA, HAZ QUE SUCEDA!



2023

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

“Sueña, haz que suceda”

© UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

Depósito Legal: AR2023000074

ISBN: 978-980-6508-57-6

Edición **2da.**



UNIVERSIDAD
BICENTENARIA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Dr. Basilio Sánchez Aranguren
Presidente

Dr. Gustavo Sánchez
Rector (e)

Dra. Edilia Papa
Secretaria General

Dra. Mirian Regalado
Vicerrectora Académica (e)

Dra. Zeyda Padilla
Vicerrectora Administrativa (e)

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

“Sueña, haz que suceda”



DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSGRADO

Abog. Wilmer Galíndez MSc.
Decano de Investigación, Extensión y Postgrado

Dra. Maite Marrero
Directora de Investigación

Abg. María Teresa Ramírez Esp.
Directora de Estudios de Posgrado

Dra. Yesenia Centeno
Coordinadora del Fondo Editorial

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES



Dra. Zoricar Ojeda
Decana de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales

Lcda. Erika García MSc.
Directora de la Escuela de Administración de Empresas
Directora de la Escuela de Contaduría Pública

Lcda. Orlaida Luna, MSc
Directo de la Escuela de comunicación Social

Dra. Zoricar Ojeda
Directora de la Escuela de Psicología (e)

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

“Sueña, haz que suceda”

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Zoricar Ojeda (UBA, Venezuela)
Lcda. Erika García MSc. (UBA, Venezuela)
Lcdo. William Aponte (UBA, Venezuela)
Lcda. Carol Ruiz (UBA, Venezuela)
Dra. Milagro Ovalles (UBA-DIEP, Venezuela)
Dra. Maite Marrero (UBA-DIEP, Venezuela)
Dra. Yesenia Centeno (FEUBA, Venezuela)

PORTADA

Vicerrectorado de Información y Comunicación

DIAGRAMACIÓN Y COMPILACIÓN

Lcdo. Edgar Sojo
Profe. Aurys Patiño Esp.

FORMATO ELECTRÓNICO

Ing. Vicente Hurtado

Fecha de Publicación Julio 2023

Se permite la reproducción total o parcial de los trabajos publicados, siempre que se indique expresamente la fuente.

Serie Documento Institucionales

Universidad Bicentenario de Aragua

La Serie Documentos Institucionales es una publicación correspondiente al Fondo Editorial de la Universidad Bicentenario de Aragua (FEUBA), dirigida a la publicación de documentos productos de la gestión universitaria. Tiene como propósito divulgar las experiencias de interés para el desarrollo de la docencia, investigación y extensión. Es una publicación arbitrada por el sistema doble ciego.

ÍNDICE GENERAL

	<i>Pp.</i>
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN ASOCIADAS	
Escuela de Administración de Empresas	6
Gerencia del Talento Humano Lcdo. Gabriel Abreu MSc.	<u>7</u>
Transformación Digital Empresarial Lcda. Génesis Figueredo.	<u>18</u>
Negocios Internacionales Econ. Norka Avendaño Sánchez.	<u>30</u>
Escuela de Contaduría Pública	41
Control Fiscal y Tributario Lcdo. Jorge Pérez MSc.	<u>42</u>
Auditoría Digital Lcda. Erika García MSc.	<u>56</u>
Ecosistema Digital Contable Lcda. Zaida Vera.	<u>67</u>
Escuela de Comunicación Social	75
Gestión Corporativa Publicitaria Lcda. Heysy Márquez, MSc.	<u>76</u>
Comunicación Multimedia y Transmedia. Lcda. Eyllin Torrealba, MSc.	<u>87</u>
Tendencia Comunicacional Lcda. Andrea Trimarchi, MSc.	<u>98</u>

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

“Sueña, haz que suceda”

Escuela de Psicología	100
Psicología y Organización Lcda. Ángela Pinto. Lcda. Marie Tahhan.	101
Psicología y Sociedad Lcda. Mary Díaz, Esp. Lcdo. Edgar Sojo	116
Psicología y Salud Lcda. Mary Díaz, Esp. Lcdo. Edgar Sojo.	132

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN ASOCIADAS DE
LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



- **GERENCIA DEL TALENTO HUMANO.**
- **TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL.**
- **NEGOCIOS INTERNACIONAL.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA GERENCIA DEL TALENTO HUMANO



Autor:
Lcdo. Gabriel Abreu, MSc.

Introducción

La Gerencia de Talento Humano se refiere a las prácticas y a las políticas necesarias para manejar los asuntos que tienen que ver con las relaciones personales de la función gerencial; en específico, se trata de reclutar, capacitar, evaluar, remunerar, y ofrecer un ambiente seguro, con un código de ética y trato justo para los empleados de la organización. En este sentido, el propósito de esta línea de investigación es, proporcionar nuevos conocimientos que dan soluciones a problemas de interés actual y futuro, relacionados con el manejo del talento humano en las organizaciones.

En relación a la metodología, la línea de investigación asociada Gerencia de Talento Humano aborda los diferentes paradigmas de investigación para el

análisis de los diversos aspectos relacionados con la gestión de los recursos humanos en las organizaciones. Así, podrán investigar desde el paradigma empírico, positivista, cuantitativo en el entendido, que existen realidades susceptibles de ese abordaje, desde el enfoque racional–deductivo, hasta los abordajes cualitativo, fenomenológico, humanista, enfoque introspectivo – vivencial, complejo o transcomplejo, entre otros.

Justificación

La sociedad moderna es una sociedad de organizaciones. Éstas son sistemas extremadamente complejos, compuestos de actividades humanas de distintos niveles. Personalidades, grupos pequeños, relaciones intergrupales, normas, valores, actitudes, todo esto existe bajo un modelo complejo y multidimensional. Sin embargo, esa complejidad constituye la base de la comprensión de los fenómenos organizacionales que, por otro lado, hace difícil la vida al administrador.

En este orden de ideas, las organizaciones dependen de las personas para que las dirijan, controlen y para que operen y funcionen. No hay organización sin personas. Toda organización está constituida por ellas, de quienes depende para su éxito y continuidad. Por ello, es importante la incorporación de la línea de investigación asociada Gerencia de Talento Humano que genera nuevos conocimientos y aporta solución de los problemas que se generan de la gestión del talento humano en las organizaciones.

De acuerdo a lo planteado, la mencionada línea de investigación genera beneficios para las organizaciones y sus integrantes porque los estudios que se desarrollen en el área del recurso humano se podrán aplicar en cualquier tipo de entidad socioeconómica procurando siempre la solución de los problemas organizacionales. Así mismo, representa un aporte teórico ya que

no existen dos organizaciones iguales y cada una tiene sus particularidades lo que conduce a ampliar el conocimiento relacionado con la gerencia del talento humano.

En relación al propósito de la línea asociada Gerencia de Talento Humano, se debe aclarar que las funciones del llamado departamento de “personal” tenía a su cargo la contratación y los despidos, dirigía el departamento de nómina y administraba los planes de prestaciones. Conforme surgió la tecnología en áreas como las pruebas y las entrevistas, el departamento de personal empezó a asumir un rol más extenso en la selección, capacitación y promoción de los trabajadores. De allí deriva la importancia de la línea de investigación porque es necesario adaptarse a los cambios en las organizaciones y generar estudios relacionados con dicha línea, que aportará nuevos conocimientos sobre el tema del capital humano en las organizaciones.

La estructura de la línea Gerencia de Talento humano está ligada a los procesos que se ejecutan en toda organización y su relación con la gestión del personal. En este sentido, el capital humano se refiere a los conocimientos, la educación, la capacitación, las habilidades y la pericia de los colaboradores de una organización. Como mencionó Peter Drucker, “el centro de gravedad del empleo se está moviendo rápidamente desde los trabajadores manuales y de oficina, hasta los empleados del conocimiento, que se resisten al modelo de orden y control que las empresas adoptaron de la milicia hace más de 100 años”.¹³ Los gerentes necesitan nuevos sistemas y habilidades administrativas para recursos humanos de clase mundial al seleccionar, capacitar y motivar a esos empleados, así como para lograr que trabajen como socios comprometidos.

En cuanto a los aspectos metodológicos la línea de investigación asociada gerencia de Talento Humano se adapta perfectamente a los paradigmas

cuantitativos y cualitativos. Esto es así porque los procesos gerenciales deben abarcar tanto el concepto positivista y numérico de los estudios cuantitativos como lo relacionado con la subjetividad e interpretación de la persona.

Definición Conceptual

La Gerencia de Talento Humano también es conocida como Administración de Recursos Humanos y se puede afirmar que son sinónimos que se emplean indistintamente. En este sentido, la gerencia de talento humano moderna, procura tratar a las personas como tales y no sólo como recursos organizacionales importantes, de esta forma rompe con la tradición de tratarlas como simples medios de producción, es decir, las considera personas y no simplemente como recursos o insumos. Hace poco tiempo, a las personas se les trataba como objetos, como recursos productivos, semejante a las máquinas o a las herramientas de trabajo, como meros agentes pasivos que debían ser administrados. Se observó que esa forma limitada y retrógrada de considerar a las personas ocasionaba fuertes resentimientos y conflictos laborales, además de un gradual distanciamiento y alejamiento de las personas de sus tareas en la organización.

En función de lo planteado, la tendencia actual es que todas las personas en todos los niveles sean administradores, y no sólo realizadores de sus tareas. Cada persona debe estar consciente de que además de realizar sus tareas, debe ser un elemento de diagnóstico y de solución de problemas, para que su trabajo en la organización mejore de manera continua. Así es como las organizaciones de éxito crecen y se fortalecen.

Ahora bien, la integración de la línea de investigación Gerencia de Talento Humano con la realidad actual de las organizaciones guarda estrecha relación con la evolución de la forma de gerenciar a las personas. En este sentido, los

Recursos Humanos han pasado por varias fases, la función de gestión de personal consistía sobre todo en asegurar que se siguieran los procedimientos. Cuando surgió el uso de la tecnología en áreas como los exámenes y las entrevistas, el departamento de personal comenzó a jugar un papel más importante en la selección, capacitación y ascensos del personal.

En la actualidad, la gerencia del talento humano atraviesa con rapidez por otra fase: su papel está cambiando de ser protector y supervisor, a ser planeador y agente del cambio. Todo lo anterior significa que ahora es más importante que nunca contratar a la gente adecuada, y capacitarla y motivarla con eficacia. Esto, a su vez, demanda un sistema más eficiente en lo que a manejo del personal se refiere. Por ejemplo, las mejores prácticas de la gestión de personal para muchas de las organizaciones actuales incluyen una contratación muy selectiva, trabajo en equipo y toma de decisiones descentralizada, sueldos competitivos, capacitación amplia, distinciones de estatus mínimas, y flujo de la información entre los empleados y la gerencia; todo ello construido sobre una base que se apoya en las personas como la principal fuente de ventajas competitivas y en la cultura de administración que abraza dicha creencia

Palabras claves: Gerencia, Talento Humano, Organizaciones, Procesos.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Gerencia del Talento Humano particulares.
2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Gerencia del Talento Humano mediante publicaciones, disertaciones y congresos.

3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Gerencia del Talento Humano.
4. Producir material bibliográfico de la línea de investigación asociada Gerencia del Talento Humano bajo pautas propias, por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes

Fundamentación Teórica

Durante toda la Era Industrial, las organizaciones que tenían éxito eran aquellas que incrementaban su capital financiero (convertido en edificios, fábricas, máquinas, equipos, inversiones financieras) y hacían que creciera y se expandiera. La imagen de éxito organizacional estaba representada por el tamaño de la organización y de sus instalaciones físicas, por el patrimonio contable y, sobre todo, por la riqueza financiera. Las organizaciones trataban de acumular activos tangibles, físicos y concretos como base de su éxito, su fuerza y poder de mercado.

En este sentido, la acumulación de recursos —financieros y materiales— era uno de los objetivos organizacionales más importantes. Eso ya pasó. Hoy las organizaciones que tienen éxito son extremadamente ágiles e innovadoras y, por esta razón, no dependen de su tamaño. En otras palabras, actualmente el que una organización sea grande no significa que tenga éxito. Existen organizaciones pequeñas que logran un éxito enorme y que son más rentables que organizaciones más grandes. ¿A qué se debe? La razón es sencilla, se llama innovación. Es la capacidad de una organización de proporcionar productos y servicios creativos e innovadores que transforman a los demás productos y servicios en cosas obsoletas e inútiles.

Ahora bien, la expresión “recursos humanos” se refiere a las personas que forman parte de las organizaciones y que desempeñan en ellas determinadas funciones. Las personas pasan gran parte de su tiempo trabajando en las organizaciones. Éstas necesitan a las personas para sus actividades y operaciones, de la misma manera que necesitan recursos financieros, materiales y tecnológicos. De ahí la denominación de recursos humanos para describir a las personas que trabajan en las organizaciones. En el mundo industrializado de hoy, la producción de bienes y servicios no puede ser realizada por personas que trabajen individualmente. Cuanto más industrializada es una sociedad, tanto más depende de las organizaciones para satisfacer sus necesidades y aspiraciones.

En conclusión, paulatinamente el capital financiero, que caracterizó a la Era Industrial, está cediendo su lugar al capital intelectual como base fundamental de las operaciones empresariales. En un mundo en el que los factores tradicionales de producción (naturaleza, capital y trabajo) ya agotaron y consumieron su aportación a los negocios, las empresas han empezado a invertir fuertemente en capital intelectual con el objeto de mejorar su ventaja competitiva.

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

La Gerencia de Talento Humano tiene como finalidad el manejo de los procesos que incorporen, desarrollen y mantengan a las personas en las organizaciones para el logro de los objetivos organizacionales, en este sentido, la Línea de Investigación asociada Gerencia de talento humano contribuye a generar investigaciones que fomenten la contribución de los empleados a mejorar y actualizar los procesos relacionados con el manejo de personal en las organizaciones.

Dimensión Ontológica

La realidad de la línea de investigación asociada Gerencia del Talento Humano va de la mano con la Gerencia como disciplina encargada de organizar, planificar, supervisar y controlar. Ahora bien, cuando dichos procesos se ejecutan a nivel del personal surgen una serie de funciones tales como: reclutamiento, selección, desarrollo y capacitación del talento humano en las organizaciones. Vale recordar que en una empresa cuando se contrata y entrena una persona la calidad de la misma debe ajustarse a la exigencia de la empresa; de lo contrario no se lograrán los objetivos organizacionales.

Dimensión Epistemológica

Todas las compañías se destacan por estar constituidas y conducidas por seres humanos, en donde asumen una responsabilidad compartida para lograr el objetivo de la empresa, a través de la disposición de sus recursos y capacidades. Ante esto, las organizaciones definen su rumbo, según lo que desarrollan, para satisfacer a sus clientes, buscando persistir en el mercado. Por lo que, el valor del factor humano, se evidencia por la obtención de los resultados, en cualquiera de los proyectos que lleve a cabo en la empresa. Esto significa que todas las empresas están expuestas, a diseñar e implementar estrategias, encaminadas a la mejora continua permanente, para ser competitivas. A través del uso racional de sus recursos y capacidades.

En este orden de ideas, la línea asociada Gerencia de Talento Humano aporta nuevos conocimientos para responder a los problemas planteados en las organizaciones y que deben resolverse mediante la intervención y aporte del recurso humano. La generación y desarrollo de estrategias, procedimientos, lineamientos, proyectos, entre otras propuestas, son producto de la innovación y talento de las personas que laboran en una organización.

Dimensión Metodológica

Las organizaciones para alcanzar sus propósitos deben gestionar varios recursos, ya sean: materiales, económicos, financieros, tecnológicos, el talento humano como recurso principal y generador de cambio en la organización, incluso la información como fuente para la toma de decisiones. De una adecuada estructura orgánica que defina funciones, roles y competencias para los miembros de la organización, de la estructuración de adecuados procesos, así como de la definición, despliegue e implantación de un direccionamiento estratégico que establezca objetivos, políticas, metas, estrategias y acciones depende el éxito o fracaso de una organización y que cumpla o no con su misión.

En este sentido, la metodología a seguir en la línea asociada Gerencia de Talento Humano, está alineada con el paradigma de investigación que se haya seleccionado, por lo tanto, el tipo y diseño de la investigación, las técnicas utilizadas para la recolección de los datos, las técnicas de análisis de información y el procedimiento llevado a cabo durante la

investigación dependerán del diseño de investigación que más se adecúe a los objetivos que quieran alcanzarse, pero sin perder de vista la gestión de capital humano que quiera investigarse.

Proyectos de Investigación

Temas Propuestos

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Gerencia del Talento Humano, deberá aplicar investigaciones en las áreas temáticas de:

- ✓ El teletrabajo y su relación con la gerencia del talento humano en las organizaciones.
- ✓ El impacto del teletrabajo en la productividad de las organizaciones.
- ✓ La reducción de la jornada laboral a 32 horas semanales y su influencia en la productividad de las organizaciones.
- ✓ Análisis de puestos (determinar la naturaleza de la función de cada empleado).
- ✓ Planificación de las necesidades de personal.
- ✓ Reclutamiento y selección de talento humano.
- ✓ Desarrollo de programas de inducción y capacitación para los nuevos trabajadores.
- ✓ Desarrollo de modelos para la evaluación del desempeño del personal.
- ✓ Administración de sueldos y los salarios.
- ✓ Desarrollo de programas para proporcionar incentivos y prestaciones.
- ✓ Desarrollo de programas de inducción y capacitación para el desarrollo de los empleados actuales.
- ✓ Programas de capacitación gerencial sobre:

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

“Sueña, haz que suceda”

1. La igualdad de oportunidades, las normas éticas y la acción afirmativa
2. La salud y la seguridad de los empleados, así como el trato justo
3. Las quejas y las relaciones laborales

Referencias

- Alles, M. (2008). **Dirección estratégica de recursos humanos: casos: Gestión por Competencias**. 3ra edición. Buenos aires. Granica.
- Chiavenato, I. (2007). **Administración de los recursos humanos. El capital humano en las organizaciones**. (8° ed.). México, Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2011) **Administración de recursos Humanos**. Mc Graw Hill, México
- Chiavenato, I. (2010). **Gestión de Talento Humano**. Ciudad de Mexico. Editorial McGrawHil.
- Chiavenato, I. (s.f.). **Gestión del talento humano**. México: Mc Graw Hill.
- David, F. (2010). **Administración Estratégica**. México: McGraw Hill
- Dessler, G. y Varela, R. (2011). **Administración de recursos humanos. Enfoque latinoamericano**. (5° ed.). México: Pearson Educación.
- Robbins S. y Coulter. T. (2014). **Administración**. Decimosegunda edición. México: Pearson
- Robbins, S. y Judge, P. (2013). **Comportamiento Organizacional**. (15ª ed.). Porlamar: Eumed.net Libros. [Libro en Línea] [https://www.academia.edu/29823785/Comportamiento Organizacional Robbins 15Ed](https://www.academia.edu/29823785/Comportamiento_Organizacional_Robbins_15Ed)
- Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación**. Venezuela. Disponible en: <https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>
- Vallejo, L. (2016). **Gestión del Talento Humano**. Ciudad de Ecuador, Ecuador: Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. [Libro en Línea]. <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-222134-gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano-comprimido.pdf>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL



Autora:
Lcda. Génesis Figueredo

Introducción

La transformación digital empresarial es clave para sobrevivir en un mercado global pos pandemia. Si algo se ha aprendido en el último año es que se necesita implementar soluciones digitales que ayuden en la toma de decisiones ágiles para cualquier modelo de negocio. Sin embargo, no se puede perder de vista que la transformación digital empresarial es necesaria desde hace décadas, por lo que poner en marcha un proceso de digitalización no es suficiente. Es necesario ser líder del sector, con procesos internos y externos que permitan ser el primero en la carrera de la competitividad.

Su importancia radica en la digitalización de las organizaciones donde debe estar enfocada en el uso de la tecnología para generar valor en los negocios

y en la toma de decisiones, que permita emplear los datos en los diferentes procesos, a partir de mejorar la capacidad organizativa y la mentalidad asociada al uso adecuado de la información.

En las empresas, la transformación digital no es algo que se haga en un día ni es algo que se termine. Es continuo. Debe ir mejorando según vaya cambiando la tecnología, incorporando nuevas tecnologías al puesto de trabajo. Sin embargo, en la actualidad empresarial, el liderazgo digital no solo está relacionado con la tecnología. Se habla de todo el ecosistema empresarial y de cómo la tecnología crea e impulsa valor en toda la gama de funciones empresariales.

Por lo tanto, los líderes digitales que deseen tener éxito deben comprender cómo la tecnología digital crea oportunidades y genera ese impacto que debe tener toda cultura organizacional. Con frecuencia, las empresas reconocen tendencias en su industria, mercado y consumidores, sin embargo, no logran cambiar su estrategia y acciones para sacar provecho de estas tendencias de manera exitosa.

La real y efectiva transformación digital de la empresa, al menos de la era moderna como se le conoce, comenzó en los años 1960, cuando fue liberado el 1er gran ordenador de escala empresarial (Mainframe): el exitoso IBM S/360 (Sistema 360). Fue una de las tecnologías pioneras en las empresas, en donde la directiva de entonces, tuvo que tomar importantes decisiones para digitalizar procesos de negocios y facilitar el flujo de información para la toma de decisiones empresariales. Imagine ser una especie de conejillo de indias, y dar un salto importante sin ninguna experiencia previa o caso de éxito, sobre la cual basar la decisión. Los riesgos fueron enormes y una de las decisiones más difíciles de tomar.

Otro hito de relevancia en el proceso de Transformación Digital de la empresa fue la invención o creación del correo electrónico (eMail) en los años 1970, hecho que definitivamente, revolucionó la manera en que se establece comunicación con paquetes de información y se trabaja en la actualidad. El PC (Computador Personal) resultó en otro hito de trascendencia importante en la transformación del puesto de trabajo y la digitalización de tareas empresariales de primer orden. La tecnología Cliente/Servidor, logro romper la hegemonía del Mainframe, facilitando la descentralización de la información y por consiguiente la transformación digital de las organizaciones.

Por su parte, otro gran paso en la transformación digital de la empresa fue la aparición de la Web en los años 1990, hito significativo en la evolución tecnológica de las empresas, facilitando la comunicación, comercio, aprendizaje e intercambio de información a escala mundial.

La línea de investigación asociada Transformación Digital Empresarial es una innovación que permitirá transformar y adoptar estrategias necesarias a sus trabajadores y a las nuevas posibilidades que ofrece el mercado. Haciendo un cambio de dirección en la política de las empresas tradicionales, donde éstas no podrán competir en igualdad de condiciones.

El propósito de desarrollar esta línea de investigación es crear un enfoque que abarque tecnología, experiencia del cliente, cultura empresarial y objetivos de negocio. Que faciliten de manera eficiente esa transformación en el entorno económico mejorando la competitividad y ofreciendo un cambio de mentalidad tanto en los directivos y empleados de la organización. Asimismo, la Línea debe establecerse en función de las necesidades académicas y del desarrollo institucional y del país.

Finalmente se hará una relación sistematizada de la justificación, conceptualización, temáticas y los diferentes abordajes metodológicos, ontológicos y epistemológicos de esta interesante línea de investigación.

Justificación

La transformación digital es imprescindible para todas las empresas sin importar su tamaño y, a medida que el mundo se vuelve cada vez más digital, es imprescindible llevarla a cabo para seguir siendo competitivos - Actualmente, la capacidad de alinear productos, operaciones, comercial y marketing con un modelo operativo principalmente centrado en el cliente determina el éxito de una empresa y esto se puede coordinar bajo el alero de una transformación digital.

Esta transformación afectará a todos los niveles de una organización y también a los procesos y estrategias de ésta. Cuando todos los departamentos están alineados entre sí, las posibilidades de una transición exitosa y segura son mayores. De igual manera implicaría optimizar procesos y hacer que los flujos de trabajo sean más rápidos, más fáciles y más eficientes, ya que en lugar de pasar horas procesando el papeleo, puedes crear flujos de trabajo digitales.

El objetivo más crítico de la transformación digital de cualquier empresa es satisfacer mejor las necesidades de los clientes. En el camino hacia el logro de ese objetivo, la empresa puede beneficiarse, adicionalmente, de mayores ingresos y márgenes de ganancia. El desarrollo de soluciones digitales ha tenido una tendencia exponencial en los últimos años con la reducción de costos y el aumento de su oferta en una infinidad de usos y aplicaciones. No solamente se trata de tecnologías avanzadas, sino de la combinación de

diversas soluciones capaces de insertarse en todas las actividades empresariales.

La transformación digital no sucede de la noche a la mañana, es una travesía que la mayoría de las empresas está incursionando y aunque están en distintos niveles, cada vez menos empresas quedan en una etapa inicial donde aún se resisten al cambio digital. Tras la ruptura de muchos paradigmas fruto del confinamiento durante la pandemia mundial de Covid-19, la gran mayoría se encuentran en una segunda etapa de madurez considerada oportunista o de exploración digital, con ciertas iniciativas aisladas de ir degustando una y otra tecnología para probar resultados.

En la tercera etapa de madurez se encuentran aquellas empresas que de manera repetida y sostenida ya han logrado permear el uso de tecnologías como parte de la cultura organizacional, a las empresas de esta etapa también se las llama jugadores digitales.

La cuarta etapa de madurez es más difícil de alcanzar porque es donde realmente las organizaciones logran transformarse, y son gestionadas por la transformación digital con todos sus ingredientes. Pero, es en la quinta etapa y final, donde se hallan a los verdaderos disruptores digitales en una etapa de madurez optimizada, logrando cambiar los modelos de negocio por completo y crear un océano azul de oportunidades de nuevos mercados inexplorados, producto para nuevas necesidades y clientes.

Metodología de transformación digital es todo un reto, principalmente en un mundo tan cambiante y tan rápido como el tecnológico. Pero no es solo la tecnología lo que cambia, también son las empresas y sobre todo los clientes.

Definición Conceptual

Transformación es la acción y efecto de transformar (hacer cambiar de forma a algo o alguien, transmutar algo en otra cosa). Esto también implica la creación de nuevas condiciones de vida interna que permitan una adaptación activa a las exigencias del entorno. La particularidad de los sistemas sociales es que la calidad de las emociones define el resultado del proceso de transformación y el modo de adaptación

En Cuanto a la definición de Digital tenemos que es un término asociado a la tecnología, aunque inicialmente se usaba para denotar todo lo referente a los dedos, se comenzó a utilizar cuando la ciencia tecnológica hizo su presencia en los diferentes campos en los que se le conoce. Lo importante entre las dos definiciones de digital que se conoce, podría ser la interacción que puede tener el ser humano con las computadoras o cualquier artilugio digital que comprenda una capacidad que sea aprovechada con los dedos.

Por otra parte, Empresarial o empresa es “una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros, proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de recursos y la consecución de determinados objetivos.

Para culminar lo que es transformación digital empresarial, diríamos que es el proceso de cambiar la organización de un enfoque heredado hacia nuevas formas de trabajar y pensar utilizando tecnologías digitales, sociales, móviles y emergentes. Implicando un cambio en el liderazgo, diferentes ideas, el fomento de la innovación y nuevos modelos de negocios, incorporando la digitalización de activos y un mayor uso de la tecnología para mejorar la experiencia de los empleados, clientes, proveedores, socios y partes interesadas de su organización. Es por ello su estudio desde un punto

transdisciplinario como una estrategia de investigación integradora que busca la comprensión de nuevos conocimientos para alcanzar un modelo de negocio exitoso. De esta manera la Línea de Investigación Transformación Digital Empresarial, involucra la pluralidad teórica, epistemológica y metodológica que significa la diversidad de investigaciones en aspectos financieros digitales, sean estos objetivos y estrategias para generar mayor valor en las organizaciones.

Palabras clave: Transformación, estrategias, Inteligencia, Marketing Digital, TIC.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Transformación Digital Empresarial particulares.
2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Transformación Digital Empresarial mediante publicaciones, disertaciones y congresos.
3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Transformación Digital Empresarial.
4. Producir material bibliográfico línea de investigación asociada Transformación Digital Empresarial bajo pautas propias, o por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes.

Fundamentación Teórica

Una empresa no se transforma de la noche a la mañana. Pero es necesario que los principales tomadores de decisión miren hoy a las empresas que lograron éxito en esa transición, para luego tratar de descubrir lo que puede

aplicarse en sus propios modelos de negocios. ¿Cómo empezar? Un buen punto de partida es definir quién encabezará el proceso dentro de la empresa. Antes, correspondía a los profesionales de Tecnología de la Información (TI) la tarea de incorporar las nuevas tecnologías a los sistemas de las empresas. Eso ha cambiado. La transformación digital impacta el propio plan de negocios de la organización. Pensar en esto ahora es una tarea del dueño o del principal ejecutivo del negocio, del presidente de la junta directiva, de los directores de todas las áreas, sin excepción.

La transformación digital empresarial, también puede ser aplicada a las Áreas funcionales que generar más valor ya sea en una compañía u organización: clientes, proveedores, empleados, accionistas etc. Entre otros, a través del uso de estrategias de datos. De tal manera que la Línea de Investigación transformación digital empresarial, ofrece a las entidades investigativas, Mejorar la eficiencia de los procesos en las organizaciones en cuanto a innovación y democratización de la tecnología. Contribuyendo a fomentar el trabajo colaborativo y la comunicación interna. En el aspecto de la Digitalización de organizaciones Públicas y privadas, se puede concernir en la mejora de la forma en que se comercializan sus productos y servicios, en todas las áreas.

Sumado a la Transformación digital como examen objetivo, sistemático, profesional, Mayor productividad. Permitiría Optimizar los procesos que es sin duda una de las estrategias empresariales que permiten a las empresas alcanzar sus objetivos y la transformación digital es una manera de agilizar y alcanzar mayor productividad en todos los departamentos.

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

La línea asociada Transformación Digital Empresarial como su título lo dice Transforma el proceso de gestión que las empresas deben usar para adaptarse con éxito al nuevo panorama digital es necesario el cambio, las empresas deben transformar sus procesos y recursos clave. Ahora, las personas, se convierten en un activo fundamental para que se logre la transformación digital en las empresas.

Dimensión Ontológica

Los medios digitales continúan impactando drásticamente la forma en que las empresas realizan sus negocios. La continua creación de nuevos modelos de negocios es grande, la adaptación con eficacia de clientes digitales (individuo, empresa, proveedor, socio, distribuidor), que puede ser tanto externo, como interno. Ante esta realidad, las empresas se ven en la necesidad de alinear su modelo de negocio a las nuevas tendencias e integrar productos, servicios y canales digitales y convencionales, reconociendo que se ha producido una disrupción en la forma tradicional de hacer negocios.

Dimensión Epistemológica

La transformación digital empresarial mejora la eficiencia de los procesos en las organizaciones. Contribuye a fomentar el trabajo colaborativo y la comunicación interna. Proporciona una capacidad de respuesta rápida en un entorno cambiante. Ofrece nuevas oportunidades de negocio gracias al análisis de datos.

Dimensión Metodológica

Se ha optado por un enfoque cuantitativo para un estudio exploratorio apoyado en la técnica de encuesta. Para los diseños de cuestionarios creados para trabajadores y otros para cargos directivos de empresas y entidades de la Economía Social. En búsqueda de los principales resultados, se destaca una formación adecuada para enfrentarse a la digitalización de sus empresas, pese a que algunos datos ponen de manifiesto que carecen de ciertas competencias necesarias para el mundo digital.

Proyectos de Investigación

Temas Propuestos

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Transformación Digital Empresarial, deberá aplicar investigaciones en las áreas temáticas de:

- ✓ Generalidades organizacionales en la transformación digital.
- ✓ Elementos de la Organización Digital.
- ✓ Contexto de la Ruta de Transformación Digital.
- ✓ Roles en la Transformación Digital.
- ✓ Buenas Prácticas de Transformación Digital.
- ✓ Modelos y Procesos de Transformación Digital.
- ✓ Sistemas de Transformación Digital.
- ✓ Tácticas de Ejecución Digital centradas en las Ventas y los Clientes.
- ✓ Gestión del Cambio.
- ✓ Cultura de Innovación.
- ✓ Ecosistemas Digitales.
- ✓ Tendencias.
- ✓ Escalamiento Digital o de Base Tecnológica.
- ✓ Planificación.
- ✓ Organización y Métodos.
- ✓ Dirección.
- ✓ Planificación Estratégica.

Referencias

Alcazar, P. (2016) **Proceso de Transformación Digital Empresarial**
[Documento en línea]. Disponible en:

<https://blog.formaciongerencial.com/proceso-de-transformacion-digital-empresarial/>

Álvarez, E. (2018) **¿Qué es la transformación digital en las empresas?** [Documento en línea]. Disponible en: <https://www.administracion.usmp.edu.pe/revista-digital/numero-1/que-es-la-transformacion-digital-en-las-empresas/>

Edicom, A. (2021). **La Transformación Digital en la empresa.** [Documento en línea]. Disponible en: <https://edicomgroup.es/blog/la-transformacion-digital-en-la-empresa>

Flor, A. (2015) **La transformación digital como medio de creación de valor de las empresas.** [Documento en línea]. Disponible en: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/7663>

Gavilán, R. (2022). **Transformación digital para empresas: estrategias y ejemplos reales.** [Documento en línea]. Disponible en: <https://opensistemas.com/transformacion-digital-para-empresas/>

Guest, E. (2020), **Transformación digital: ¿qué es y cuáles son sus impactos en la sociedad.** Disponible en: <https://rockcontent.com/es/blog/transformacion-digital/>

Productividad, Tecnología y negocio (2001). **El impacto de la transformación digital en las empresas.** [Documento en línea]. Disponible en: <https://www.tecon.es/la-transformacion-digital-en-las-empresas/>

Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación.** Venezuela. Disponible en: <https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>

Working (2021), **Transformación digital aplicada a las empresas** [Documento en línea]. Disponible en: <https://www.workingslatam.com/blog/transformacion-digital-empresas/> .

Yirda, (2021) **Definición de Digital.** [Documento en línea]. Disponible en: <https://conceptodefinition.de/digital/>.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA NEGOCIOS INTERNACIONALES



Autora:
Econ. Norka Avendaño

Introducción

Desde tiempos antiguos, las personas han llevado el comercio de sus bienes tan lejos como la tecnología les ha permitido. Marco Polo abrió la ruta de la seda entre Europa y China en el siglo XIII. En la actualidad, buques contenedores cargados de autos y aparatos electrónicos recorren las rutas aéreas y marítimas transportando millones de dólares en bienes.

Todo lo antes expuesto resalta la importancia de los Negocios Internacionales, unido a la globalización, lo que obliga a un estudio sistemático y profundo de los componentes del mismo.

Las empresas a nivel mundial en la actualidad requieren de las relaciones entre todas para poder crecer y desarrollarse con éxito, así como su sustentabilidad.

Es así como el conocimiento de los Mercados y los ecosistemas que los componen, que se hace cada vez más exigente, lo que requiere de su estudio profundo y de profesionales que dominen diversas herramientas.

En este documento se abordarán los principios que fundamentan la línea de investigación, así como su justificación, conceptualización, objetivo general y objetivos específicos.

Justificación

En un mundo cada vez más complejo y cambiante en el que los Negocios Internacionales abarcan una enorme y mayor participación en las actividades mundiales totales, el conocimiento detallado de los mismos es cada vez más importante.

La investigación en negocios internacionales ha cobrado importancia durante los últimos años. El ambiente o entorno en los negocios internacionales, se constituyó en el elemento característico de la investigación en el área, diferenciándolo de las investigaciones propias de la gestión empresarial Guisinger (2008). Es una disciplina, que busca reconocimiento en el campo de la investigación, sin desconocer la interdependencia que tiene con otras disciplinas, abarcando la política, la cultura, cultura de derecho y fiscal, marketing y estrategias. Según los autores Portugal y Ribeiro (2009). Así mismo, el estudio de la actividad de la empresa multinacional, como actor principal en el ámbito de los negocios, ha sido objeto de estudio en sus diversas áreas.

Hoy en día no hay empresa grande o pequeña que no sienta los efectos de los acontecimientos y la competencia global, ya que un gran número de empresas venden sus productos o reciben provisiones de países extranjeros o ambas cosas compitiendo con productos y servicios provenientes del exterior.

Una respuesta más compleja es que las empresas que incursionan en los Negocios Internacionales quizás deban adoptar modalidades de negocios para la exportación y la importación, diferentes a aquellas a las que están acostumbrados a utilizar en el mercado internacional.

Para operar eficientemente, hoy cualquier empresario debe conocer cómo negociar en el mundo. Las condiciones socioculturales, logísticas y competitivas de este ámbito externo afectan la ejecución de funciones empresariales como la comercialización.

Desde el surgimiento de un pequeño negocio hasta el más grande de todos, el Comercio Internacional cobra cada vez más importancia y crecimiento, generando para los países y las empresas involucradas enormes dividendos en divisas, así como transando grandes cantidades de bienes y servicios, promoviendo de esta forma desarrollo y crecimiento económico para todos los involucrados.

Estos beneficios se van expandiendo de manera sistemática, generando para todas relaciones de ganancias, de tal manera que, se pueden beneficiar las sociedades de productos con muy altos estándares de calidad, que de otra manera sería imposible obtener de parte de países menos avanzados tecnológicamente y a largo plazo poder beneficiarse de dichas tecnologías.

La especialización de los países, se afirma que es promovida por el comercio internacional, debido a que los países logran avanzar, en primer lugar, aprovechando sus recursos, concentrando sus esfuerzos en aquello que

pueden producir mejor. Luego, al haber satisfecho el mercado local de estos productos, los venden a otros países, intercambiándolos por productos que otros países trabajan mejor, con mayor eficiencia.

Definición Conceptual

Para entender de manera sencilla esta línea, se debe iniciar con los conceptos básicos que se mencionan a continuación:

Negocios: según López (2019) la actividad económica que busca obtener utilidades o beneficios principalmente a través de la venta o intercambio de productos o servicios con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Internacionalización: según De La Colina (1995) el acto de desarrollar una o más actividades más allá de una frontera nacional. Se trata de un proceso que se desarrolla a lo largo del tiempo, que va evolucionando por diversas fases. Es un proceso, que necesita una adecuada preparación en todos los aspectos de la organización. Este proceso afecta de forma directa a la actividad de la empresa, a su funcionamiento, su estructura, su modo de operar en general.

Globalización: Según Villa y Martínez (2002) proceso mediante el cual se describe una variedad de cambios económicos, culturales, sociales, políticos y hasta culturales que han dado forma al mundo en los últimos 50 años, desde la muy celebrada revolución de la tecnología de la información a la disminución de las fronteras nacionales.

Empresa: según los autores Elizalde, Vilar y Martínez (2006) son el conjunto de personas laborando todos para un mismo fin, el cual será realizar bienes y/o servicios que tengan las características de satisfacer necesidades humanas.

La Línea de Investigación referida a los Negocios Internacionales se enfoca en los procesos tales como la logística industrial, gestión estratégica, competitividad internacional, gestión de mercados internaciones, marketing y comercio internacional entre tantos otros aspectos que deriven de la relación de las organizaciones con el mundo y el ecosistema propio de sus relaciones.

Se entiende por Negocios Internacionales a la disciplina que se encarga de articular las relaciones de un país con el resto del mundo a través de sus diferentes agentes económicos -empresas, personas y gobierno-, quienes realizan transacciones de bienes y servicios, transferencias de capital, recursos humanos, tecnología, entre otros.

Esta definición constituye un corolario a muchas horas de estudio, principalmente leyendo a los que se consideran los tres mejores autores de libro de consulta, en materia de Negocios Internacionales y nos referimos a: Charless W. L. Hill, Mike W. Peng y a John D. Daniels, literatos que son consultados por las mejores escuelas de negocios globales a lo largo de todo el orbe y dentro de lo cual, nuestra casa de estudios no se queda atrás, ya que estos y otros textos más, obran en nuestra Biblioteca, la misma que tiene sus libros también en forma digital.

Justamente, basados en la experiencia, aprender sobre negocios internacionales implica elegir un lugar donde se cuente con un equipo multidisciplinario que, implemente y controle en todo momento toda la capacitación, formación y atención a los futuros administradores de negocios internacionales considerando lo siguiente:

- Recibir formación de cursos relacionados con el comercio internacional desde los primeros ciclos de un programa que te permitan conocer desde el inicio la gestión de un negocio que apunta a utilizar el comercio exterior como principal actividad.

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

“Sueña, haz que suceda”

- Contar con docentes con grado de Maestría y Doctorado, con experiencia laboral acreditada y conocedores del comercio internacional.
- Participar de clases de intercambio con diferentes instituciones aliadas de América Latina.
- Aprovechar los convenios internacionales y oportunidades laborales en empresas e instituciones prestigiosas.
- Formar parte de pasantías en empresas líderes de los distintos sectores del comercio exterior.
- Asistir a ferias y misiones internacionales, así como a talleres para negociar con organizaciones y personas de diferentes lenguas y culturas.
- Empezar viajes de estudios internacionales en los que se comparten conferencias magistrales, sesiones de clases y visitas a fábricas e instituciones.

Los Negocios Internacionales se han convertido en uno de los temas más apasionantes que implican un gran desafío y que, en simultáneo, resulta ser más pertinente a la fecha. Así, nuestra carrera profesional asume con responsabilidad su función en cuanto a: En primer lugar, porque estando ligado a esta profesión aumentas tus posibilidades de encontrar empleo y, por ende, de realizar una línea de carrera a nivel global. Seguidamente, luego de culminar tus estudios, cuentas con todas las capacidades para laborar en forma efectiva en cualquier latitud del orbe y, finalmente, enriqueces tus competencias para interactuar con todos los grupos de interés también llamados Stakeholders, locales y globales.

Finalmente, debes saber que todas estas operaciones internacionales son afectadas por los más importantes factores físicos, sociales y competitivos

como son las políticas públicas, prácticas legales, fuerzas económicas e influencias geográficas, así como la estrategia competitiva de productos, recursos, experiencia de la empresa y competidores existentes en cada mercado.

De esta manera la Línea de Investigación involucra la pluralidad teórica, epistemológica y metodológica que significa la diversidad de conceptos en diferentes aspectos que se relacionan con los Negocios Internacionales.

Palabras clave: Negocios, Internacionalización, exportaciones, organización.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Negocios Internacional particulares.
2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Negocios Internacional mediante publicaciones, disertaciones y congresos.
3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Negocios Internacional.
4. Producir material bibliográfico línea de investigación asociada Negocios Internacional bajo pautas propias, o por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes

Fundamentación Teórica

La línea de investigación referida a los Negocios Internacionales, abarca aspectos tales como logística industrial, gestión estratégica, competitividad

internacional, gestión de mercados internaciones, marketing y comercio internacional, todos interrelacionados, permitirá desarrollarse entre docentes, participantes e investigadores de las distintas áreas del conocimiento.

De tal manera que dicha Línea de Investigación ofrecerá a las entidades investigativas, productos y elementos que colocan la praxis de procesos gerenciales, administrativos, financieros y tributarios en los diferentes enfoques de actualidad con visión multidisciplinaria y transcompleja, apoyado en lo establecido en aspectos tales como:

- Determinantes del comercio internacional (desempeño exportador e importador) y de inversión extranjera en distintos niveles: micro, meso, macro y regional.
- Volatilidad cambiaria y afectación del comportamiento competitivo empresarial y sectorial.
- Internacionalización empresarial y capacidad exportadora.
- Medición de la apertura de mercados nacional y sectorial.
- Aprovechamiento e Impacto de los Tratados de Libre Comercio.

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

La dimensión de esta línea de investigación estará centrada en la producción de documentos que ayuden a cerrar negocios a nivel internacional, con herramientas adaptadas a los tiempos actuales que van inmersas en la dimensión tecnológica.

Dimensión Ontológica

Los negocios internacionales en la actualidad están relacionados con muchas áreas del conocimiento dada la globalización mundial. Una vez que se decide negociar en cualquier área, el dinamismo y los conocimientos se interrelacionan en las áreas de bienes, servicios, tecnologías y capitales.

Dimensión Epistemológica

Esta línea de investigación, aportará conocimientos que respondan a la necesidad global de interrelaciones de negocios, entre todos los miembros de las diferentes sociedades. La generación y desarrollo de estrategias, procedimientos, lineamientos, proyectos, entre otras propuestas, son producto de la innovación y del intercambio propio de los negocios internacionales.

Dimensión Metodológica

En este sentido, la metodología a seguir en esta línea de investigación, está alineada con el paradigma de investigación que se haya seleccionado. Por lo tanto, el tipo y diseño de la investigación, las técnicas utilizadas para la recolección de los datos, las técnicas de análisis de información y el procedimiento llevado a cabo durante la investigación dependerán del diseño de investigación que más se adecúe a los objetivos que quieran alcanzarse.

Proyectos de Investigación

Temas Propuestos

El investigador adscrito a la Línea de Investigación Asociada de Negocios Internacional, deberá aplicar investigaciones en las áreas temáticas de:

- ✓ Inteligencia de negocios.
- ✓ Entorno de los negocios.
- ✓ Recursos y capacidades estratégicos.
- ✓ Pensamiento estratégico.

- ✓ Comercio Internacional y Sostenibilidad.
- ✓ Estrategias de internacionalización de las empresas.
- ✓ Logística y negocios internacionales.
- ✓ Contratación internacional y comercio electrónico.
- ✓ Resolución de controversias en comercio internacional y la negociación y redacción de los contratos internacionales.
- ✓ Inversión extranjera directa y portafolio.
- ✓ Gestión ambiental y tecnológica en el comercio internacional.
- ✓ Economía y comercio verde.
 - Innovación y tecnología de las empresas de la región con miras a mercados internacionales.
- ✓ Finanzas y Relaciones Internacionales.
 - Mercados Financieros.
 - Economías emergentes.
 - Mercado de divisas.
 - Relaciones internacionales.
- ✓ Organismos reguladores del comercio internacional.

Referencias

Arciniega, J. (2018). **Comercio internacional para Latinoamérica**. Ecoe Ediciones.

Appleyard, D. y Field, A. (2016). **Economía internacional**. Bogotá McGraw-Hill.

Chacholiades, M. (2010), **Economía internacional**. México: McGraw Hill,

Chiavenato, I (2018) **Introducción a la Teoría General De La Administración**. México: McGraw-Hill.

Dornbusch, R y Fischer, S (2014) **Macroeconomía**. Madrid: McGraw-Hill,

Kotler, P. (2015). **Marketing Internacional**. Ed Pearson.

Krugman, P. y Obstfeld, M. (2010). **Economía internacional: Teoría y política**. Madrid: Addison Wesley.

Mochón, F. (2010). **Principios de Economía**. Madrid: McGraw- Hill,

Salvatore, D. (2015). **Economía Internacional**. Madrid, Ed Mc Graw Hill

Tugores, J. (2021). **Economía Internacional e Integración Económica**. Madrid, Ed Mc Graw Hill.

Universidad Bicentenario de Aragua (2020). **Líneas de Investigación**.
Venezuela. Disponible en:
<https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN ASOCIADAS DE
LA ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**



- **CONTROL FISCAL Y TRIBUTARIO**
- **AUDITORIA DIGITAL**
- **ECOSISTEMA DIGITALES CONTABLES**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA CONTROL FISCAL Y TRIBUTARIO



Autor:
Lcdo. Jorge Pérez MSc.

Introducción

La línea de investigación Control Fiscal es una actividad del Estado de índole esencialmente administrativa dirigida a la vigilancia de la gestión pública en el manejo de los recursos del Estado (ingresos, gastos y bienes), con el objetivo de garantizar su utilización de acuerdo a las previsiones normativas y, a su vez, la transparencia de las operaciones que lo involucren; sin embargo, los profesionales de la Contaduría Pública como garantes de la fé pública, estamos en la obligación de conocer sus principios de control y aseguramiento, ya que estos también son aprovechados para el sector privado en el ámbito tributario.

El proceso de verificación y/o validación del cumplimiento de una actividad según lo planeado y las directrices estipuladas por el ente de control, en cuanto a las fases de control fiscal y tributario podemos mencionar;

verificación de cumplimiento de deberes formales, cumplimiento de la ley orgánica de la contraloría general de la república y del sistema nacional de control fiscal, cumplimiento y control del presupuesto anual, cumplimiento de las normativas tributarias, determinación, declaración y presentación de resultados y entre otras funciones de control y garantía.

La mención Control Fiscal y Tributaria recorre en la sostenibilidad de las finanzas públicas, cada vez hay más consenso sobre ello en todos los países, es elemento esencial para el desarrollo económico y social tanto para los entes gubernamentales como para el sector privado, ya que, no solo requiere decisión política, sino instrumentos eficaces para la validación de sus actuaciones y así respetar las reglas fiscales claras para imponer límites al déficit, al gasto y a la deuda pública y que, además, tengan bien definidas las instancias de decisión responsables y transparentes.

Es por ello que la línea de investigación asociada a la mención de Control Fiscal y Tributario es una innovación y transferencia de conocimientos o experiencias a las empresas públicas o privadas, a la sociedad. Es por ello, la importancia de trabajar esta línea en consonancia con la filosofía ontológica, epistemológica, metodológica y teleológica.

El propósito de desarrollar esta línea de investigación es un enfoque que abarca conocimientos, inquietudes, prácticas y perspectivas de análisis que permitan el desarrollo de proyectos y productos construidos de manera sistemática alrededor de un tema de estudio. Adicionalmente, concibe el trabajo tanto interdisciplinario como interdisciplinario.

Justificación

Los procesos de seguimiento, monitorización y optimización son siempre necesarios en una organización, ya sea pública o privada, con la intervención del equipo interno y de auditores externos que permitan mantener el nivel óptimo tecnológico y competitivo, en el quehacer profesional.

Gestionar un ente gubernamental o una compañía requiere una perspectiva a medio y largo plazo, y con ello la capacidad de analizar el momento actual, buscar puntos de mejora e implementarlos para ver nuevos resultados en el futuro. Este proceso de análisis del momento actual acostumbra a realizarse mediante una verificación de cumplimientos, un completo examen de los procesos y actividades de la organización.

Definición Conceptual

La línea de investigación Asociada a la mención Control Fiscal y Tributaria, se enfoca en el ámbito de los procesos de seguimiento, monitorización y optimización, es por ello su estudio desde un punto transdisciplinario como una estrategia de investigación integradora que busca la comprensión de nuevos conocimientos para alcanzar la efectividad y eficiencia en la toma de decisiones importantes en una organización, involucrando la pluralidad teórica, epistemológica y metodológica que significa la diversidad de investigaciones en aspectos fiscales y tributarios.

Palabras clave: Control, Gestión, Fiscalización, Auditoría, Cumplimiento, Eficacia, Eficiencia Tecnológica, Herramientas, TICS.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Control Fiscal y Tributario particulares.
2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Control Fiscal y Tributario mediante publicaciones, disertaciones y congresos.
3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Control Fiscal y Tributario.
4. Producir material bibliográfico, Línea de Investigación Asociada Control Fiscal y Tributario bajo pautas propias, o por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes.

Fundamentación Teórica

Debido al inevitable proceso de globalización a que los países subdesarrollados tienen que enfrentarse y los continuos cambios económicos que este proceso acarrea, esto da la pauta para que el sistema fiscal y tributario, del cual forman parte las empresas, perfeccionen su gestión.

Los fines del Control Fiscal son variables en cuanto a la intensidad con que lo aplican unas y otras instituciones, y en atención a la diversidad de legislaciones, pero puede afirmarse que aún dentro de estas reconocidas diferencias, y variados matices que se analizan al hablar del «Alcance del Control Fiscal»; sus objetivos básicos son la regularidad y la corrección de la administración del Patrimonio Público.

Los sistemas y procedimientos aplicables al Control Fiscal y Tributario, varían de acuerdo con la naturaleza de los órganos y organizaciones que lo ejecuten. Esto es fácil de comprender por cuanto, entre la estructura y su complejo funcionamiento y la simplicidad de una unidad de control interno existen notorias diferencias que repercuten, lógicamente, en sus actividades. Como se verá, al hacer un análisis de los sistemas y procedimientos del Control Fiscal, son diferentes los medios de control de que se valen, por ejemplo, los parlamentos y las oficinas de control de una dependencia del Ejecutivo.

De tal manera que la Línea de Investigación Control Fiscal y Tributario, ofrece a las investigadores, temas y elementos que colocan la praxis de procesos de control, vigilancia y garantía de las normativas fiscales y tributarios en los diferentes enfoques de actualidad con visión multidisciplinaria y transcompleja, apoyada en lo establecido como aspectos de trabajo en la Gestión del Sector Público y Privado, puede corresponder con la gerencia, control, fiscalización y auditoría de la gestión, para verificar el cumplimiento de las normas legales, las políticas y los planes de acción establecidos, así como la eficacia, eficiencia, economía, calidad e impacto en la administración de los ingresos, gastos y bienes de cada entidad y los procesos relativos a los mismos.

El Sistema Nacional de Control Fiscal pretende implementar mecanismos de seguimiento de control en la ejecución de la planificación y la presupuestaria, simultáneamente a la actividad del administrador, siguiendo rutas paralelas que permitan el control y la auditoría de gestión.

El control fiscal es una actividad de exclusiva vocación pública que busca asegurar los intereses generales de la comunidad, representados en la garantía del buen manejo de los bienes y recursos públicos, para asegurar los fines esenciales del Estado de servir a aquélla y promover la prosperidad, cuya

responsabilidad se confía a órganos del Estado como las Contralorías, aunque con la participación ciudadana en la vigilancia de la gestión pública. Si bien el ejercicio de este control es responsabilidad de las Contralorías, ello no excluye la posibilidad de que excepcionalmente la vigilancia se realice por particulares.

La función fiscalizadora ejercida por la Contraloría General de la República propende por un objetivo, el control de gestión, para verificar el manejo adecuado de los recursos públicos, sean ellos administrados por organismos públicos o privados, en efecto, la especialización fiscalizadora que demarca la Constitución Política es una función pública que abarca incluso a todos los particulares que manejan fondos o bienes de la Nación. El constituyente estableció, que ninguna rama del poder público, entidad, institución, etc., incluyendo a la misma Contraloría General de la República, quedara sin control fiscal de gestión, por lo tanto, ningún ente, por soberano o privado que sea, puede abrogarse el derecho de no ser fiscalizado cuando tenga que ver directa o indirectamente con los ingresos públicos o bienes de la comunidad.

Es por ello que el Sistema Nacional de Control Fiscal posee las siguientes características:

- Total, autonomía e independencia de la Entidad Fiscalizadora Superior u otros órganos de control externo.
- Independencia real de los órganos de control interno, al ubicarlos al máximo nivel jerárquico de la estructura organizativa.
- Apoliticismo de la gestión fiscalizadora en todos los estratos y niveles de control.
- Mantenimiento de carácter eminentemente técnico de la fiscalización.
- Suficiencia financiera para el ejercicio del control.
- Capacidad preventiva y sancionadora.
- Coordinación permanente y efectiva entre la entidad fiscalizadora superior y los demás elementos integrantes del sistema.

Los fines del Sistema Nacional de Control Fiscal son variables en cuanto a la intensidad con que lo aplican unas y otras instituciones, y en atención a la diversidad de legislaciones, pero puede afirmarse que aún dentro de estas reconocidas diferencias, y variados matices que se analizan al hablar del «Alcance del Control Fiscal»; sus objetivos básicos son la regularidad y la corrección de la administración del Patrimonio Público, aunado a ello, se identifican como objetivos:

- Fortalecer la capacidad del Estado para ejecutar eficazmente su función de gobierno.
- Lograr la transparencia y la eficiencia en el manejo de los recursos del sector público y,
- Establecer la responsabilidad por la comisión de irregularidades relacionadas con la administración, manejo o custodia de bienes o fondos públicos, por parte de los órganos y entes públicos y de las personas jurídicas o naturales que señala la Ley.

Elementos del Sistema Nacional de Control Fiscal.

- La eficiencia: que la asignación de los recursos sea la más conveniente para maximizar sus resultados.
- La economía: que en igualdad de condiciones de calidad los bienes y servicios se obtengan al menor costo.
- La eficacia: que sus resultados se logren de manera oportuna y guarden relación con sus objetivos y metas.
- La equidad: permite identificar los receptores de la acción económica y analizar la distribución de costos y beneficios entre sectores económicos y sociales y entre entidades territoriales.

En cuanto a la eficiencia, se parte del marco teórico de la administración de empresas, aplicada a las administraciones públicas, desarrollando para tal efecto los indicadores de eficiencia. En este sentido, se verifican los recursos, el proceso al cual se aplican y los resultados obtenidos. Los resultados confrontados con los recursos aplicados, arrojan el coeficiente de productividad.

Existe una gran diferencia entre medir la eficacia y medir la efectividad. La eficacia es una medida de lo que cuesta cada unidad de resultado. La efectividad es una medida de la calidad de ese resultado: ¿Con que precisión consigue el resultado deseado? Cuando se mide la eficacia, se conoce lo que cuesta conseguir un resultado específico. Cuando se mide la efectividad, se sabe si la inversión tiene valor. No hay nada más ridículo que hacer de un modo más eficaz, algo que debe dejar de hacerse.

Comprende así mismo, la vigilancia, inspección y fiscalización ejercida por los órganos competentes del control fiscal externo sobre las operaciones de las entidades a que se refieren el artículo 9 de la Ley de Contraloría de la Republicad y del Sistema Nacional de Control Fiscal, con la finalidad de determinar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales, legales, reglamentarias o demás normas aplicables a sus operaciones; determinar el grado de observancia de las políticas prescritas en relación con el patrimonio y la salvaguarda de los recursos de tales entidades; estableciendo la medida en que se hubieren alcanzado sus metas y objetivos, y verificando la exactitud y sinceridad de su información financiera, administrativa y de gestión, a través de evaluar la eficiencia, eficacia, economía, calidad de sus operaciones, con fundamento en índices de gestión, de rendimientos y demás técnicas aplicables.

El proceso de gestión puede ser entendido como la administración en forma efectiva de todos los recursos humanos, materiales y técnicos, mediante evaluaciones de desempeño para el logro de los objetivos de la organización. De igual manera, es trabajar con y a través de individuos, grupos y otros para conseguir los objetivos de la organización.

En las organizaciones existen tres niveles de gestión muy diferenciados entre sí, los cuales son los siguientes:

- Gestión Estratégica, la cual se desarrollará en las altas esferas directivas. Tiene como característica fundamental influenciar las acciones y las decisiones. Es generalmente corporativa y de largo plazo.
- Gestión Táctica, se desarrolla con base a la gestión estratégica. El impacto de las decisiones y acciones a mediano plazo, abarcan las unidades estratégicas de la organización. Tienen que ver con las operaciones iniciales de las decisiones estratégicas.
- Gestión Operativa, con base a la gestión táctica, el impacto de las decisiones y acciones es de corto plazo e incluye los equipos naturales de trabajo y los individuos. Básicamente tiene que ver con las funciones de ejecución y control.

De acuerdo con el artículo 9 de la Ley Orgánica de la Contraloría General de la República y del Sistema Nacional de Control Fiscal, están sujetos al control, vigilancia y fiscalización de la Contraloría General de la República, los siguientes organismos, entidades y personas:

- Los órganos y entidades a los que incumbe el ejercicio del Poder Público Nacional.
- Los órganos y entidades a los que incumbe el ejercicio del Poder Público Estatal,

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

“Sueña, haz que suceda”

- Los órganos y entidades a los que incumbe el ejercicio del Poder Público en los Distritos y Distritos Metropolitanos.
- Los órganos y entidades a los que incumbe el ejercicio del Poder Público Municipal y en las demás entidades locales previstas en la Ley Orgánica de Régimen Municipal.
- Los órganos y entidades a los que incumbe el ejercicio del Poder Público en los Territorios Federales y Dependencias Federales.
- Los institutos autónomos nacionales, estatales, distritales y municipales.
- El Banco Central de Venezuela.
- Las universidades públicas.
- Las demás personas de Derecho Público nacionales, estatales, distritales y municipales.
- Las sociedades de cualquier naturaleza en las cuales las personas a que se refieren los numerales anteriores tengan participación en su capital social, así como las que se constituyan con la participación de aquéllas.
- Las fundaciones y asociaciones civiles y demás instituciones creadas con fondos públicos, o que sean dirigidas por las personas a que se refieren los numerales anteriores o en las cuales tales personas designen sus autoridades, o cuando los aportes presupuestarios o contribuciones efectuados en un ejercicio presupuestario por una o varias de las personas a que se refieren los numerales anteriores representen el cincuenta por ciento (50%) o más de su presupuesto.
- Las personas naturales o jurídicas que sean contribuyentes o responsables, de conformidad con lo previsto en el Código Orgánico Tributario, o que en cualquier forma contraten, negocien o celebren operaciones con cualesquiera de los organismos o entidades

mencionadas en los numerales anteriores o que reciban aportes, subsidios, otras transferencias o incentivos fiscales, o que en cualquier forma intervengan en la administración, manejo o custodia de recursos públicos.

La teoría del conocimiento describe las circunstancias de validez en que se produce el saber, al menos en su versión científica. Esa misma teoría ha conducido a señalar que el fenómeno de la ciencia sucede cuando se dispone, al menos, de tres elementos. Un discurso o modelo teórico de respaldo, un método y un estatuto científico u objeto de conocimiento. Pese a que la epistemología aparece en todos y cada uno de forma dinámica, su función consiste en servir de proveedor de sentido al conocimiento, entendido como construcción de saber que sirve para establecer un cierto tipo de relación entre el hombre y su mundo. Más precisamente, la epistemología es ese trasfondo en el que se proyecta el sentido del conocimiento.

No existe una única teoría del conocimiento para el Control Fiscal, sino un abanico de posibilidades (O'BRIEN, 2016), capaces de facilitar, cuando no desafiar, las condiciones de producción del saber y su utilidad social, ya que la misma se encuentra enmarcada a las regulaciones y limitaciones legales de cada jurisdicción en donde se aplique; por lo que, las posibles dimensiones de la línea de investigación son:

Aproximaciones Metodológicas

Dimensión Teleológica

Si bien la teleología es la rama de la metafísica, que se refiere al estudio de los fines o propósitos de algún ser o de algún objeto, tratando de explicar el universo como un sistema de relaciones causales, cuya finalidad u objetivo es llegar a procesos concretos. Fácilmente esta línea de investigación está en constante búsqueda de tales procesos.

Dimensión Ontológica

Partiendo desde el punto de vista ontológico, asociado al estudio del ser, se considera la evolución e innovación organizacional para el bienestar y desarrollo humano, desde el cumplimiento de las obligaciones en la medida en que se generen ingresos propios, las administraciones privadas y gubernamentales podrán tener los fondos necesarios para apalancar mayores inversiones en su mercado. Por ello las organizaciones, tanto públicas como privadas, deben desarrollar planes para garantizar los procesos que le otorguen al estado los recursos, que por normativa legal, se deben coadyuvar.

Dimensión Epistemológica

Para la aproximación epistemológica que estudia los principios, fundamentos, extensión y métodos del conocimiento humano, se puede asociar con la postura de Bonet (2009) que establece el Control Fiscal es otra fuente de recursos que se podría potenciar con una buena administración fiscal local es el mercado financiero. En aquellos países donde el endeudamiento subnacional es permitido, el acceso al mercado de crédito está condicionado a la disponibilidad de recursos locales que permitan el repago de los compromisos adquiridos.

Ante la creciente necesidad de medir el desempeño de las entidades en sus procesos de planificación y tributación, el control fiscal contrasta con una importancia creciente desde el enfoque heurístico dado que la administración de los entes públicos y privados, requieren de un proceso que consiste en controlar las acciones y funciones, a través de las cuales se alcanzarán los objetivos planteados por la institución; es el proceso de verificación de los resultados, para demostrar que las políticas o acciones tomadas se corresponden con los objetivos, y en caso contrario aplicar las medidas correctivas necesarias.

Dimensión Metodológica

La investigación como un sistema de acciones, exige realizar un conjunto de actividades las cuales pueden enmarcarse dentro de la dimensión diacrónica del proceso de investigación. En consecuencia, esta línea de investigación es un espacio fecundo para integrar en forma secuencial experiencias investigativas, que se originen desde el pregrado y puedan ser profundizadas en los estudios de postgrado.

Proyectos de Investigación

Temas Propuestos

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Control Fiscal y Tributario, deberá aplicar investigaciones en las áreas temáticas de:

- ✓ Planificación y Organización de Sistemas de información.
- ✓ Infraestructura Técnica y Prácticas Operativas.
- ✓ Auditoría de sistemas de información.
- ✓ Programas de Control Interno.
- ✓ Normativa legal que rige el control fiscal y tributario.
- ✓ Auditoría General del Gobierno Corporativo y del Estado.
- ✓ Normas, técnicas y Manuales de procedimientos.

Referencias

- Brewer-carias, A. (1998) **La Relación jurídica administrativa y el procedimiento administrativo.** Disponible en <http://allanbrewercarias.com/escritos-sobre-brewe/iv-jornadas-internacionales-de-derecho-administrativo-%C2%93allan-randolph-brewer-carias%C2%94-sobre-%C2%93la-relacion-juridico-administrativa-y-el-procedimiento-administrativo%C2%94-caracas-9-12-de/>
- Figueroa, A. (2012) **Ley Contra la Corrupción Ley Orgánica de la Contraloría General de la República y el Sistema Nacional de Control Fiscal.** Disponible en: <https://www.slideserve.com/Audrey/ley-contra-la-corrupci-n-ley-org-nica-de-la-contralor-a-general-de-la-rep-blica-y-el-sistema-nacional-de-control-fisca>
- Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 36.860 (1999). **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.** Disponible en: https://www.oas.org/dil/esp/constitucion_venezuela.pdf
- Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.347 (2001). **Ley Orgánica de la Contraloría General de la Republica y del Sistema Nacional de Control Fiscal.** Disponible en: https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_ven_anexo_34_sp.pdf
- López, A. (2012) **Ley Contra la Corrupción Ley Orgánica de la Contraloría General de la República y el Sistema Nacional de Control Fiscal.** Disponible <https://www.slideserve.com/Audrey/ley-contra-la-corrupci-n-ley-org-nica-de-la-contralor-a-general-de-la-rep-blica-y-el-sistema-nacional-de-control-fisca>

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

“Sueña, haz que suceda”

Organización de los Estados Americanos. **Guía de mecanismo para la promoción de la transparencia y la integridad en las Américas.**

Disponible

en:

https://www.oas.org/es/sap/dgpe/quia_venezuela.asp#:~:text=El%20Sistema%20Nacional%20de%20Control%20Fiscal%20es%20un%20sistema%20previsto,al%20buen%20funcionamiento%20de%20la

Observatorio de Política Pública del Control Fiscal (2019). **Transformaciones y Continuidades en las Instituciones de Control Fiscal.** Disponible

en:

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/24100/OPPCF.%20Transformaciones%20y%20continuidades%20en%20las%20instituciones%20de%20control%20fiscal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Otero, C. (2004) **Innovaciones en el Control Fiscal Venezolano.** 2da. Edición. Editorial Miranda. Venezuela.

Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación.** Venezuela. Disponible

en:

<https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA AUDITORIA DIGITAL



Autora:
Lcda. Erika García MSc.

Introducción

El proceso de auditoría y estrategia digital permite monitorear y hacer un análisis pormenorizado de los recursos digitales de tu empresa, con el fin de trazar un plan integral de desarrollo que permita enriquecerlos. Se verifica minuciosamente las características del sitio web y las redes sociales de la empresa.

La línea de investigación Auditoría Digital cumple con un proceso de verificación y/o validación del cumplimiento de una actividad según lo planeado y las directrices estipuladas, en cuanto a las fases de una auditoría digital

podemos mencionar; Planeación de la auditoría, Asignación del equipo auditor, Ejecución de la Auditoría, Preparación del Informe, Distribución del Informe, Seguimiento de las Acciones.

De ahí que su objetivo es gestionar conocimientos en el área de sistemas de información, herramientas tecnológicas en el trabajo de Auditoría, Auditoría digital, análisis científico de datos, fuentes de datos, auditoría continúa, laboratorio de datos, digitalización, big data, la digitalización, tecnologías de la información, entre otros.

Sin esperarlo, el mundo ha comenzado a vivir un proceso de cambio brutal relacionado con la mitigación y lucha contra el COVID-19, conocido popularmente como Coronavirus. Debido a este, son muchas las empresas que tendrán que tomar medidas para poder llevar a cabo sus tareas a través del teletrabajo, una de las medidas más importantes que se han llevado a cabo a partir de la auditoría digital. Para realizar dichas auditorías las empresas deben contar con herramientas como ISOTools y canales que así lo permitan.

En los últimos años la auditoría ha tenido un auge notable, manifestado tanto por el interés académico y la riqueza literaria por su propia labor normativa que han desarrollado. La auditoría ha tenido que ir dando respuesta a los cambios, en este mundo globalizado que exige transformación permanente. Es por ello que la línea de investigación asociada Auditoría Digital es una innovación y transferencia de conocimientos o experiencias de las empresas públicas o privadas, a la sociedad. De allí la importancia de trabajar esta línea en consonancia con la filosofía ontológica, epistemológica, metodológica y teleológica.

El propósito de desarrollar esta línea de investigación es poseer un enfoque que abarque conocimientos, inquietudes, prácticas y perspectivas de análisis que permitan el desarrollo de proyectos y productos construidos de manera

sistemática alrededor de un tema de estudio. Adicionalmente, concibe el trabajo tanto interdisciplinario como interdisciplinario.

La digitalización está transformando las administraciones públicas que necesitan aumentar la eficiencia y ofrecer nuevos servicios. Los proyectos son numerosos y los datos generados voluminosos y cada vez más completos. La auditoría interna, que juega un papel crucial en el control de riesgos de este proceso, requiere un cambio radical hacia la auditoría digital: la automatización y la capacidad de analizar datos otorgan al auditor un papel estratégico. Este trabajo invita a esta necesaria transformación, introduce posibilidades de innovación, presenta una metodología para adoptar los cambios, y describe el papel del auditor en este mundo digital.

Justificación

Es importante desarrollar esta Línea de Investigación denominada Auditoría Digital ya que se aplican los procesos de seguimiento, monitorización y optimización los cuales siempre necesarios en una organización. En el caso de la tecnología, es imprescindible realizar auditorías tecnológicas periódicas en las empresas, con la intervención del equipo interno y de auditores externos que nos permitan mantenernos en el nivel óptimo tecnológico y ser competitivos.

Las pequeñas y medianas empresas centran sus esfuerzos en la actividad diaria, con el claro objetivo de lograr ingresos o ventas para mejorar la cuenta de resultados. Sin embargo, para que un negocio cuente con una máxima optimización en todos sus procesos, tan importante es la búsqueda de ingresos como otros aspectos relacionados con la gestión de la empresa.

Gestionar una compañía requiere una perspectiva a medio y largo plazo, y con ello la capacidad de analizar el momento actual, buscar puntos de mejora e implementarlos para ver nuevos resultados en el futuro. Este proceso de análisis del momento actual acostumbra a realizarse mediante una auditoría a la empresa, un completo examen de los procesos y actividades de una organización. Se refiere al estudio de los procesos y actividades de la organización para conocer si se están realizando bien las cosas y por qué caminos se debe continuar.

Por otra parte, en este mundo globalizado se hace necesario que todos los profesionales de la Contaduría Pública deban manejar herramientas tecnológicas para realizar las auditorías, de esta forma se obtendrán resultados óptimos ya que el margen de error en la obtención de los resultados es mínimo.

Definición Conceptual

Una auditoría es un proceso de verificación y/o validación del cumplimiento de una actividad según lo planeado y las directrices estipuladas. Según la ISO (Organización Internacional de Normalización) es un proceso sistemático independiente y documentado que permite obtener evidencia de auditoría y realizar una evaluación objetiva para determinar en qué medida son alcanzados los criterios de auditoría (conjunto de políticas, procedimientos o requisitos a revisar).

Este proceso en las organizaciones juega un papel muy importante y no se debe olvidar que los objetivos de las auditorías siempre deben estar alineadas con los objetivos de las altas direcciones. Se pueden mencionar las siguientes razones por las que una auditoría es importante:

Te ayudarán a tener una excelente calidad en los procesos que manejes ya sean internos o externos. Es muy importante para los directivos de las empresas tener información verídica, fiable, para que puedan analizar los pasos a seguir, ya que la información que nos arroja una auditoría es la base para tomar decisiones que permitan tener mayor éxito y crecimiento. Una auditoría hace responsable a los equipos de las empresas en ordenar y mejorar sus procesos y controles internos, generando eficiencias operativas y mejores prácticas en la ejecución de sus operaciones. Permiten también estudiar si se están cumpliendo o no las normativas legales

La finalidad de una auditoría es diagnosticar; identificar qué actividades se desarrollan según lo esperado, cuales no y aquellas que son susceptibles de mejora. Realizar una auditoría empresarial es el equivalente a realizar un examen médico a una persona, donde a partir de una evidencia o "examen" se pueden detectar fallas, promover mejoras y reunir información objetiva del estado de la organización para tomar decisiones.

La digitalidad es una construcción cultural que deriva de la suma de conocimientos y hallazgos técnicos que permitieron la digitalización de saberes, procesos, producciones que cubren plenamente cotidianidades y sistemas de vida, la tecnología da como resultado la creación de un producto o máquina, la tecnología digital resulta ser la aplicación de métodos para desarrollar sistemas que se ven expresados en números o datos y que permiten automatizar ciertos procesos.

La línea de investigación Asociada, Auditoría Digital, se enfoca en el ámbito de los negocios o empresa que se desarrolle en cualquier actividad comercial, para una demanda de confianza significativa, es por ello su estudio desde un punto transdisciplinario como una estrategia de investigación integradora que busca la comprensión de nuevos conocimientos para alcanzar una unidad

económica. La Auditoria es un proceso de análisis de cifras financieras que se obtiene a través de un trabajo realizado por fases que al final arrojan un resultado final sobre la cual se toman decisiones importantes en una organización, involucra la pluralidad teórica, epistemológica y metodológica que significa la diversidad de investigaciones es aspectos financieros.

Palabras clave: Auditoria, Digital, Organizacional.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Auditoria Digital particulares.
2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Auditoria Digital mediante publicaciones, disertaciones y congresos.
3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Auditoria Digital.
4. Producir material bibliográfico línea de investigación asociada Auditoria Digital bajo pautas propias, o por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes.

Fundamentación Teórica

Debido al inevitable proceso de globalización, que los países subdesarrollados tienen que enfrentar y los continuos cambios económicos que este acarrea, ello da la pauta para que el sistema económico del cual forman parte las empresas, perfeccionen la gestión en las entidades.

La Auditoría Digital, también puede ser aplicada a los aspectos de normativa financiera, tributarios, administrativos o gerenciales, que estén relacionadas con las personas que tienen los procesos en la organización. Por lo que pueden realizarse en cada uno, como la inter y transdisciplinariedad en virtud de la cooperación y la interacción que podrán desarrollarse entre docentes, participantes e investigadores de las distintas áreas del conocimiento.

De tal manera que, la Línea de Investigación Auditoría Digital, ofrece a las entidades investigativas, productos y elementos que colocan la praxis de procesos de auditoría, administrativos, financieros y tributarios en los diferentes enfoques de actualidad con visión multidisciplinaria y transcompleja, apoyada en lo establecido como aspectos de trabajos de auditoría, sean estos auditoría interna, externa y digital, como las Normas Internacionales de Auditoría (NIA); en la Gestión del Sector Público y Privado, puede referirse a la gerencia, control, fiscalización y auditoría de la gestión privada o pública, para verificar el cumplimiento de las normas administrativas, financieras, legales, las políticas y los planes de acción establecidos, así como la eficacia, eficiencia, economía, calidad e impacto en la administración de los ingresos, gastos y bienes de cada entidad y los procesos relativos a los mismos.

Sumado a la Gestión financiera como examen objetivo, sistemático, profesional, competitivo y experto de las operaciones financieras, administrativas y de servicio de una organización, practicado con la finalidad de verificar y evaluar las gestiones correspondientes y pertinentes, efectuando las observaciones y recomendaciones oportunas al ámbito del campo del auditor tanto en el sector público y privado, coadyuvando a fortalecer los aspectos globales de la línea investigación.

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

La Línea de investigación Auditoría Digital busca producir y explicar conocimientos, documentos, informes, cifras contables, análisis financieros, toma de decisiones, además de comprender el proceso de auditoría y estrategia digital para transformar y analizar **los** recursos digitales de las empresas, con el fin de trazar un plan integral de desarrollo que permita enriquecerlos. Sin descartar la complejidad de los procesos administrativos. El ecosistema digital es algo extenso y complejo en la realidad. Comprende multitud de canales de comunicación con los distintos públicos de la empresa, implementaciones técnicas, nuevas tecnologías basadas en datos y una gran cantidad de métricas e indicadores de rendimiento de negocio que proporcionan información sobre cada detalle.

Dimensión Ontológica

Para apropiarse de una tecnología digital se hace necesario disponer de instrumentos cognitivos que faciliten la adquisición, representación y comunicación del conocimiento asociado a ella, Dos maneras diferentes de abordar la complejidad tecnológica y facilitar su aprendizaje son el pensamiento sistémico y la ontología. El primero de ellos permite concebir y representar a un determinado objeto como un sistema intencional que está compuesto de partes que interactúan para lograr sus objetivos. Mientras que, la ontología proporciona los medios necesarios para responder interrogantes vitales en la comprensión de cualquier tecnología: ¿qué es? y ¿en qué consiste? ¿cuáles son sus propiedades esenciales? ¿en qué se diferencia de otros objetos? A través de la ontología, se puede establecer la definición de una determinada tecnología y sus propiedades esenciales. Comprender qué es esa tecnología y en qué consiste. Mediante el pensamiento sistémico, se puede concebir y describir a la tecnología como un sistema complejo cuyas partes se relacionan e interactúan para producir un comportamiento colectivo (propio de la interacción entre las partes) y de cuyas relaciones emergen propiedades que no pueden ser atribuidas a las partes, sino a la interacción de ellas.

Dimensión Epistemológica

Se verifica que la auditoría digital posee objeto de estudio, de trascendencia fáctica en sus informes, legalidad y generalidad en sus postulados, metodicidad de sus procedimientos, así como nivel de análisis, racionalidad y utilidad de la información que proporciona a los usuarios de la misma. Dichos atributos, allegados a la teoría realista, de Mario Bunge, evidencian una pauta documental e histórica que distingue a la ciencia contable con un posicionamiento epistemológico trascendental. El objetivo primordial de una auditoría independiente debe ser la revisión de la posición financiera y de los resultados de operación como se indica en los estados financieros del cliente, de manera que pueda ofrecerse una opinión sobre la adecuación de estas presentaciones a las partes interesadas.

Dimensión Metodológica

Los Sistemas de Auditoria son elementos básicos para una organización y también son un elemento crítico, de ellos depende la continuidad del negocio. Toda auditoría está ligada a una auditoría en un entorno sistematizado. Dichos Sistemas aplican Tecnologías de Información y estas han cambiado su forma de operar en la Administración. A través de su eficiente uso se logran importantes mejoras, como pueden ser la automatización de los procesos, el suministro de los datos y la información necesaria para llevar a cabo la toma de decisiones y, sobre todo, conseguir una ventaja competitiva. En los casos de auditoria digital se aplica una metodología más que todo cuantitativa. La investigación como un sistema de acciones, exige realizar un conjunto de actividades las cuales pueden enmarcarse dentro de la dimensión diacrónica del proceso de investigación. En consecuencia, esta línea de investigación es un espacio fértil para integrar en forma secuencial experiencias investigativas, que se originen desde el pregrado y puedan ser profundizadas en los estudios de postgrado.

Proyectos de Investigación

Temas Propuestos

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Auditoria Digital, deberá aplicar investigaciones en las áreas temáticas de:

- ✓ Administrativa.
- ✓ Análisis de controles.
- ✓ Análisis de riesgos y amenazas.
- ✓ Análisis de transacciones y recursos.
- ✓ Auditoria Informática.
- ✓ Benchmarking.
- ✓ Conocimiento preliminar del ente auditado.
- ✓ Conocimientos del Sistema.
- ✓ Control de Calidad.
- ✓ Control interno Costos y Presupuesto.
- ✓ De gestión.

- ✓ Digitalización en firmas de auditoría.
- ✓ El Informe de auditoría.
- ✓ Entendimiento del Sistema de Control Interno.
- ✓ Entrevistas a auditados y no auditados.
- ✓ Esquema Organizativo de la Función de Auditoría.
- ✓ Estrategia y Plan de Auditoría.
- ✓ Estructura de Costos.
- ✓ Evaluación de Controles Fase.
- ✓ Evaluación de los Riesgos del Negocio.
- ✓ Evaluación del Sistema de Control Interno.
- ✓ Fases de la Auditoría Informática.
- ✓ Financiera.
- ✓ Fiscal.
- ✓ Herramientas para efectuar una auditoría informática.
- ✓ Infraestructura Técnica y Prácticas Operativas.
- ✓ Modelos Organizativos.
- ✓ Normas de Auditoría.
- ✓ Normativa legal que rige la auditoría digital.
- ✓ planificación estratégica de los sistemas de información.
- ✓ Planificación y Organización de Sistemas de información.
- ✓ plataformas de E- learning.
- ✓ Plataformas digitales.
- ✓ Procedimientos de Auditoría.
- ✓ Proceso de Auditoría de Sistemas de Información.
- ✓ Programas de Auditoría.
- ✓ Protección de Sistemas de Información.
- ✓ Seguimiento de las Recomendaciones.
- ✓ Tributos.
- ✓ Uso de las plataformas digitales.

- ✓ Uso de redes sociales.

Referencias

- Castello C., (2020), **Auditoría de Sistemas Y Tecnologías de Información**, Córdoba, Edición digital. <http://e-economicas.eco.unc.edu.ar>
- Chalupowicz, T. (2021). **Responsabilidad Corporativa, Informe Coso: La ley Sarbanes Oxley**. Ed. Osmar Buyatti, Bs. As.
- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). (2009). **Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas Y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES)** Londres: Fundación del IASC.
http://www.cpcesfe2.org.ar/DocumentosVarios/NIIF_para_Pymes.pdf
- Instituto Mexicano de Contadores Público (2000). **Normas Internacionales de Auditoría**. 5ª. ed. IFAC. México, D.F., Pág. 20 -72.
- Ley de Ejercicio de la Contaduría Pública**. Gaceta Oficial N° 30.273. 05 de diciembre de 1973. <http://fccpv.org/cont3/data/files/BO-00001.pdf>
- Muñoz, C. (2002). **Auditoría de Sistemas Computacionales**. Prentice Hall
- Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación**. Venezuela. Disponible en:
<https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>
- Whittington, R y Pany K. (2005) **Principios de Auditoría**. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- Molero T. y Juiz, M. (2004) **Evaluación y Modelado de Rendimiento de Los Sistemas Informáticos**. Prentice Hall.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA ECOSISTEMA DIGITAL CONTABLE



Autora:
Lcda. Zaida Vera

Introducción

Este mundo globalizado que exige transformación permanente, ha empujado a que las entidades a través de la digitalización adopten nuevas tecnologías, es por ello, que la contabilidad digital hoy día, es primordial para cualquier entidad, porque ahorrar tiempo en este proceso es clave. Línea de Investigación Asociada Ecosistema Digital Contable, permite planificar mejor en la toma de decisiones, optimizar procesos, ahorrar dinero, ser consciente de la liquidez actual y planificar el futuro de su creciendo, en este complejo escenario económico actual. En definitiva, las entidades harán una labor de

digitalización de la información analógica, los procesos y roles que configuran su modelo de negocio y transformar ese modelo.

En 1935 el biólogo británico Tansley, propuso el concepto de ecosistema para definir un “sistema biológico constituido por una comunidad de seres vivos y el medio natural en que viven”. Desde entonces, el concepto y la aplicación de la palabra ecosistema se ha ido propagando y aplicando a otros ámbitos, como las organizaciones sociales sometidas a supervivencia, reproducción y evolución.

En los últimos años se ha extendido el concepto de ecosistema al mundo digital, ampliando más la idea inicial de Tansley. Pero, ¿en qué consiste un ecosistema digital?

Un ecosistema digital es un sistema donde un conjunto de actores trabaja conjuntamente en base al principio denominado cooepetición: es cooperar bajo un conjunto de reglas e infraestructuras comunes y compartidas: el llamado “*level playing field*”, que son implementadas en la plataforma digital, que compiten o en todo caso operan de manera independiente en la realización y oferta de servicios a sus clientes cualquiera que sea su naturaleza y estructura.

En otras palabras, Un ecosistema digital es un conjunto de tecnologías de la información que se encuentran interconectadas entre sí. Se trata de todas las aplicaciones que utiliza un negocio para gestionar sus actividades, aplicaciones como correo electrónico, redes sociales, ofimática y otras de importancia.

Toda entidad que va en crecimiento, debe hacer más eficientes cada uno de los procesos contables, por lo que el uso de la contabilidad digital permitirá acceder a distintos módulos de información de manera transversal y automática, suministrando un control indispensable de la información diaria,

mensual y anual, permitiendo tener los datos siempre disponibles y sin ningún tipo de limitación

El ecosistema digital contable, surge por la necesidad de las empresas de adaptarse al cambio en las demandas de sus clientes, quienes exigen más servicios en menos tiempo, así como mejorar el acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios en línea, crear las condiciones adecuadas para que las redes y servicios digitales prosperen y aprovechar al máximo el potencial de crecimiento de la Economía digital.

A continuación, se hará una relación sistematizada de la justificación, conceptualización, temáticas y los diferentes abordajes metodológicos, ontológicos y epistemológicos de esta interesante línea de investigación

Justificación

En el mundo académico y profesional, debe estar presente un proyecto de investigación como una actividad importante y necesaria para su formación, ya que permite desarrollar actitudes más críticas y creativas frente a los retos que plantea el quehacer empresarial, así como buscar soluciones a problemas y situaciones novedosas que requieran de participaciones del conocimiento, es por ello la importancia de intervenir en un proceso de cambio como lo es una línea de investigación.

Tanto las empresas como las personas están inmersas en un entorno que las invita a aprovechar las tecnologías en beneficio mutuo. Este entorno es un ecosistema digital, el cual define dinámicas basadas en alianzas. Así pues, se trata de interactuar, relacionarse, colaborar y compartir información entre diversos actores.

En la agenda de las empresas, los ecosistemas digitales constituyen un aspecto de atención importante. Más aún luego de los cambios causados por el Covid-19. Por eso, hoy en día las organizaciones se plantean esquemas de recuperación, para generar valor empresarial y sostenibilidad.

La línea de investigación de Ecosistema Digital Contable hace referencia a las adaptaciones de las empresa y a las redes que se establecen para ofrecer mejores servicios o productos, de manera más rápida y fácil a los clientes, donde ellos tengan a la mano la mejor accesibilidad de información y conocimiento en la variedad de éstos, para así poder tener una reacción en el aumento de solicitudes de pedidos en los productos, generando una interacción en línea entre empresas, asociados y consumidores, obteniendo un beneficio para todos. Si el ecosistema digital contable está bien diseñado, permitirá posicionar la marca, generar relaciones con la audiencia y atraer a potenciales clientes.

Definición Conceptual

Línea de investigación Asociada, Ecosistema Digital Contable es un medio social, profesional o educativo en el cual evoluciona un grupo de personas. Digitalidad es la suma de conocimientos y hallazgos técnicos que permitieron la digitalización de saberes, procesos, producciones que cubren plenamente nuestras cotidianidades y nuestros sistemas de vida. Contable es la cualidad de poder contar o calcular, registro de contabilidad - y movimientos financieros en una empresa,

La Línea de investigación Asociada, Ecosistema Digital Contable, es un conjunto de tecnologías de la información que se encuentran interconectadas entre sí, para beneficiar a empresarios en su toma de decisiones. Para Gartner Research: “Un ecosistema digital es un grupo

interdependiente de empresas, personas y / o cosas que comparten plataformas digitales estandarizadas para un propósito mutuamente beneficioso, como ganancia comercial, innovación o interés común. En otras palabras, se trata de todas las aplicaciones que utiliza un negocio para gestionar sus actividades, tales que le permiten interactuar con clientes, socios, industrias adyacentes e incluso con su competencia. Es novedoso en el ámbito de los negocios o empresa financiera que se desarrolla en cualquier actividad comercial, es por ello su estudio desde un punto transdisciplinario como una estrategia de investigación integradora que busca la comprensión de nuevas tecnologías para adaptarse a la nueva economía digital, quien es absolutamente necesaria para afrontar la realidad empresarial. De esta manera la Línea de Investigación Asociada, Ecosistema Digital Contable, involucra la pluralidad teórica, epistemológica y metodológica que significa la diversidad de investigaciones en aspectos digitales que vienen aportando recientemente ideas adicionales para su comprensión y su funcionamiento, y generan nuevas interrogantes sobre las que hay que seguir trabajando y así aportando mayores beneficios financieros a las empresas.

Palabras clave: Ecosistema Digital, Empresa Financiera, Interdependiente, Plataforma Digital.

Fundamentación Teórica

El ecosistema digital es el impulso de las tácticas disruptivas en las empresas para variar la generación de valor agregado, y replanteamiento extremista en cuanto a la utilización de la tecnología, el talento humano y los métodos para modificar en rendimiento, tener presencia en la innovación, examinar y progresar nuevos paradigmas de negocios potencialmente disruptivos para sustentarse de forma competitiva y crear nuevos ingresos.

El Ecosistema Digital Contable considera la interacción intrínseca de competencias, cultura e innovación permanentes, en distintos sectores de la economía y de la sociedad, permite centrarse en impulsar el valor empresarial, la idea es que las relaciones con los clientes sean siempre mejores, entrega valor real a esas relaciones y lo ayuda constantemente a cumplir con los acuerdos de nivel de servicios, a descubrir rápidamente las excepciones y a proporcionar una reparación rápida para garantizar que su negocio se mantenga próspero.

Las grandes empresas están involucradas en proyectos de ecosistema digital, estos se están convirtiendo en estratégicos para las empresas, que buscan una ventaja competitiva en la economía digital y están abiertas a asignar fondos y priorizar proyectos de digitalización

Por lo tanto, en la Línea de Investigación Ecosistema Digital Contable, se ofrece a las entidades investigativas, temas que se desarrollan en sus diferentes áreas de conocimientos, tales como Inventarios, Cuentas por Pagar, Cuentas por cobrar, Proceso de Compra-Ventas y Normas Internacionales de Información Financiera, las cuales pueden ser desarrolladas por docentes, participantes e investigadores.

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

El **sitio web** es el centro de un ecosistema digital contable, que sirve a las organizaciones para posicionar sus productos y servicios en el mundo digital y controlar todos los aspectos de su mensaje a través del ciclo de vida del cliente.

Dimensión Ontológica

Todo instrumento nuevo, dice Cassirer, creado por el hombre, significa entonces un nuevo paso no sólo para la formación del mundo exterior, sino también para la de nuestra autoconciencia. El sistema digital ha significado un cambio vertiginoso en el mundo contable porque ha permitido la transformación empresarial

Dimensión Epistemológica

La interacción entre el sujeto pensante (cibernético) con el mundo de las redes ciberespaciales, es que hay procesar informaciones de fuentes de conocimiento para circular en el mundo virtual. El ecosistema industrial tradicional se está transformando en un nuevo ecosistema digital generando nuevos modelos empresariales cambiando su visión clásica. El empresario con este ecosistema digital puede prevenir, controlar, analizar y tomar decisiones basado en datos que le permiten obtener mejores respuestas y generar planes de acción más eficientes para el futuro.

Dimensión Metodológica

Formas y maneras en donde los empresarios pueden recolectar data a través de los ecosistemas digitales. El crecimiento de las Redes Sociales, ha supuesto un nuevo nivel de complejidad y oportunidad. La inclusión de las mismas, provee de nuevas percepciones a nivel empresarial facilitándole su crecimiento desde todo punto, exclusivamente en la parte financiera.

Proyectos de Investigación

Temas Propuestos.

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Ecosistema Digital Contable, deberá aplicar investigaciones en las áreas temáticas de:

- ✓ Elementos de un Ecosistema Digital.
- ✓ Construcción e importancia de un Ecosistema digital contable.

- ✓ Ventajas de un Ecosistema Digital en el mundo empresarial.
- ✓ Identificar los elementos que componen un Ecosistema Digital.
- ✓ Tipos de ecosistemas digitales empresariales.

Referencias

Conde, B. (2021) **Ecosistema digital: la clave para el éxito de tu empresa.** [Documento en línea]. Disponible en: <https://www.zoho.com/blog/es-xl/one/ecosistema-digital-clave-para-exito-empresa.html>

Heredia, R, **Ecosistema Digital, La Revolución para todas las Industrias** [Página web en línea]. Disponible en: <https://kioscoganamas.com.pe/wp-content/uploads/2020/07/Libro-Ecosistemas-Digitales.pdf>.

Katz, R. (2015) **El ecosistema y economía digital en América Latina.** [Página web en línea]. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/38916-ecosistema-la-economia-digital-america-latina>

Pérez, J. (2005). **Pluralidad Teórica, metodológica y técnica en el abordaje de las redes sociales: Hacia la hidratación disciplinaria.** [Revista en Línea], disponible en: [https://www.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/2017/01/El-ecosistema-Digital -Dr.-JORGE-PEREZ-MARTINEZ.pdf](https://www.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/2017/01/El-ecosistema-Digital-Dr.-JORGE-PEREZ-MARTINEZ.pdf)

Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación.** Venezuela. Disponible en: <https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN ASOCIADAS DE
LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



- **GESTIÓN CORPORATIVA PUBLICITARIA.**
- **COMUNICACIÓN MULTIMEDIA Y TRANSMEDIA.**
- **TENDENCIA COMUNICACIONAL.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA GESTIÓN CORPORATIVA PUBLICITARIA



Autora:
Lcda. Heysy Márquez, MSc.

INTRODUCCIÓN

La línea investigación asociada de gestión corporativa publicitaria está enfocada en la publicidad y el marketing, ya que juega un papel fundamental enfocado en el eje de la comunicación social, que permite abordar las temáticas creativas, innovadoras y de interés social que busca llevar a cabo una investigación de proyecto factible, con el fin de mercadear un producto y/o servicio. Asimismo, se busca crear el poder del mercadeo hace que el camino de aprender y enseñar marketing sea más productivo y agradable que nunca.

El enfoque dinámico y actual busca la participación y reconocimiento a través de la investigación comunicacional.

Por su parte, el objetivo de la investigación gestión corporativa es plasmar de manera eficiente a una mejor producción económica, lo cual permite aumentar el bienestar de las personas y la sociedad. La gestión de la empresa en términos de calidad es un factor esencial en el éxito de un negocio. En esa complejidad, van incluidos los procesos de gestión de la empresa. De esa complejidad tienen constancia los autónomos y las pequeñas empresas también, pues, aunque todos los negocios tienen funciones a gestionar, es evidente que el crecimiento de la investigación.

La línea de gestión corporativa aunado a la publicidad forma parte de la cotidianidad y se mueve en todos los lugares de la investigación donde se desenvuelven los individuos. Su objetivo es divulgar, informar, orientar y dirigir información sobre bienes y servicios, amén de atrapar compradores, creándoles dependencia a los productos ofrecidos. Su principal fin es el ser humano, porque los avisos se diseñan con y para él, bajo la filosofía del consumo.

Finalmente, la línea de gestión corporativa está enmarcada en la justificación como eje principal de la publicidad, marketing y relaciones públicas. La conceptualización busca la consolidación una investigación de gestión corporativa a través de una marca existen diversos aspectos que son relevantes para que la empresa alcance la seguridad necesaria, como el objetivo general y específicos de la línea.

Justificación

El campo de la línea de investigación gestión corporativa está direccionada en el área de la publicidad, marketing, relaciones públicas y las tendencias corporativas del diseño publicitario, la importancia de la línea de investigación tiene para dar lugar a un tratamiento más específico en sus diversas dimensiones: teórica, práctica, técnica, de profesionalización, entre otros, así como para ordenarlo de acuerdo a las unidades curriculares (Investigación Básica y Aplicada.) y en fin, para recoger toda la concepción de la Universidad Bicentenario de Aragua. Tiene grandes aportes investigativo basado en la publicidad y marketing digital, con el fin de ejercer grandes funciones en la gestión corporativa.

Desde una visión más detallada, se observa un conjunto de beneficios de la línea de investigación gestión corporativa que afectan positivamente a las organizaciones y a las personas que trabajan en la investigación; esto genera un mejor clima interno, aumentos de la productividad, un estado de ánimo positivo que estimula el pensamiento creativo y un mayor compromiso con su trabajo y la calidad del mismo por parte de las personas integrantes de la organización. Así mismo, queda en evidencia la utilidad de trabajar en forma interrelacionada y coordinada para alcanzar los objetivos de la organización, que cada día son más desafiantes. El trabajo en equipo se fortalece en beneficio de la organización, de sus integrantes y de sus clientes.

Una respuesta posible es que el paradigma de la división del trabajo aún conserva un lugar de privilegio en las prácticas de la alta dirección de estas organizaciones, como también el paradigma competitivo que estimula que las áreas compitan entre sí para lograr un mejor desempeño. Junto con dividir el trabajo hay que preocuparse de cómo se integran las funciones y por cierto estimular la colaboración.

Así mismo, en la gestión de la estrategia corporativa, soluciona una iniciativa de un proyecto que se emprende para alcanzar determinado objetivo estratégico. Habitualmente, esta línea de gestión corporativa involucra a los estudiantes en el área de comunicación social, marketing digital, publicidad, relaciones públicas, mercadeo y todo lo referente a las tendencias publicitarias, lo que hace imprescindible una labor de un estudiante investigativo en el área o la premisa que se esté adaptando. Esta tarea es responsabilidad de la gerencia de gestión de la estrategia corporativa. Su principal cometido es dar una garantía acerca de la existencia de recursos para poner en marcha las prioridades.

El objetivo de la línea de investigación gestión corporativa es desarrollar investigación con la finalidad de generar nuevo conocimiento en la disciplina publicitaria, en las diferentes áreas que componen la misma, así como en su interacción con otras áreas funcionales. En este sentido el objetivo de la línea es incorporar el análisis de conceptos como el de marketing, publicidad, relaciones públicas y toda la gestión corporativa, así como el de mercado y de cliente, las relaciones entre dichos conceptos, el desarrollo y crecimiento contextualizado de las comunidades y/o clientes con los cuales interactúan las organizaciones, atendiendo a sus necesidades reales y de consumo, las nuevas formas de conceptualización de la relación y los elementos integrantes de la misma, los diferentes modelos de marketing y la introducción de nuevas tecnologías digitales y los diferentes métodos de análisis asociados a las mismas, todo ellos como elementos integrantes de la creación de valor.

Dentro de estos paradigmas a nivel social es relevante la incorporación de los clientes, comunidades o consumidores, con los cuales la empresa se relaciona, constituye un área de gran interés al participar actualmente los mismos en todos los elementos de diseño y operación de la cadena de valor, siendo una fuente de información y acciones muy importante que contribuye a

garantizar el éxito de las acciones publicitarias. En este mismo sentido y asumiendo un comportamiento complejo del mercado, la necesidad de integración entre las finanzas y el marketing ha sido señalada en diferentes ocasiones, debido al impacto que tienen las estrategias de marketing en las organizaciones y en la población, por lo que constituye también un área de investigación relevante para la línea de gestión corporativa. Igualmente, esto ocurre con otras áreas de la organización, las cuales pueden ser objetivo de estudio en su relación con la publicidad y toda la disciplina vinculada a la investigación.

Definición Conceptual

Según el autor Merino (2009) Gestión se refiere al uso adecuado de los recursos empresariales enmarcados dentro de una investigación disponibles para una organización en particular, como una empresa, una agencia publicitaria, un medio de comunicación, entre otros. Tomando en cuenta que abarca una larga lista de actividades, pero siempre se enfoca en el uso eficiente de estos recursos en la medida en que se deba maximizar su rendimiento. Asimismo, se entiende por gestión en la planificación, posicionamiento, revisión y combinación de los elementos mencionados inicialmente para entregar la publicidad más conveniente de la forma más beneficiosa y alcanzar los objetivos especificados. Por otro lado, se debe mencionar la relevancia de la difusión, no solo por la calidad de su acción, sino porque en general requiere de mucha inversión para que la información pueda ser transmitida en los diferentes medios disponibles.

Según el autor Esté (2008) la Corporativa es un conjunto de valores que conforman la cosmovisión de la empresa. Aplicado en la línea corporativa, facilitando la investigación en los principios, sus prácticas de marketing interno,

las posiciones que adopta en diferentes situaciones y la imagen que la empresa quiere crear. La identidad corporativa de una empresa va más allá de la apariencia del negocio y se relaciona con importantes aspectos culturales y organizativos de la empresa. También conocida como identidad corporativa o identidad corporativa, es un aspecto fundamental de las empresas de todos los tamaños y segmentos de mercado en lo que se refiere a los colaboradores y las relaciones con los clientes.

A la hora de buscar la consolidación unas investigaciones de gestión corporativa a través de una marca existen diversos aspectos que son relevantes para que la empresa alcance la seguridad necesaria, ya sea financieramente o en la fidelización de sus consumidores. Es por ello, que se busca profundizar y desarrollar conocimiento investigativo en las relaciones existentes entre, gestión corporativa, Comunicación Publicitaria y Desarrollo, permitiendo la transferencia y articulación de nuevos saberes del campo publicitario.

Desde una perspectiva interdisciplinaria, esta línea de investigación, se dirige al estudio del comportamiento de las personas en las organizaciones y al análisis publicitario. Hay que definir y fijar objetivos coherentes, adoptando estrategias a corto y largo plazo en la búsqueda de un producto competitivo (fabricar bien, más rápido y al menor costo posible) analizando diferentes escenarios y estableciendo una comunicación eficaz con los diferentes grupos de interés. Ha resultado de gran valor como herramienta de análisis organizacional, orientando, evaluando y monitoreando los cambios internos de cualquier corporación y a pesar del tiempo transcurrido sigue siendo vigente su planteamiento.

Palabras clave: Gestión, Corporativa, Publicitaria.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Gestión Corporativa Publicitaria particulares.
2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Gestión Corporativa Publicitaria mediante publicaciones, disertaciones y congresos.
3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Gestión Corporativa Publicitaria.
4. Producir material bibliográfico línea de investigación asociada Gestión Corporativa Publicitaria bajo pautas propias, o por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes.

Fundamentación Teórica

La publicidad se define por un conjunto de estrategias orientadas a dar a conocer productos y servicios a la sociedad. Sin embargo, no solo se trata de que las personas sepan que existes, sino también de otorgar cierta reputación a lo que se ofrece. Sin utilizar esta comunicación patrocinada, sería muy complejo posicionarse en la mente de los consumidores como algo de buena calidad. Por otro lado, la publicidad es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

Según los autores Kotler y Armstrong (2013), definen la publicidad como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado". Asimismo, Para Stanton, Walker y Etzel (2013), la publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet.

La dirección corporativa se refiere a todos los niveles del personal directivo y ejecutivo en una empresa que ha sido incorporado. Informalmente, esta se puede referir a los gerentes y ejecutivos que operan en la sede corporativa y actúan como los líderes principales de la empresa. Las funciones de gestión se encuentran en los recursos humanos, la tecnología de la información, la producción, las finanzas, las áreas jurídicas y ejecutivas.

La gestión corporativa se encarga de la asignación y gestión de recursos de la empresa. Estos recursos pueden incluir a los empleados, la tecnología y el equipo. Los gerentes corporativos que son capaces de gestionar eficazmente los recursos pueden reducir al mínimo el tiempo de inactividad de producción, mejorar la productividad y en última instancia, mejorar los beneficios. Mitigar el impacto de los escasos recursos y maximizar el uso de los que están disponibles es una de las necesidades más apremiantes del liderazgo corporativo.

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

Los investigadores de las ciencias sociales, observaron la aparición de acelerados cambios y de comportamientos radicales en las generaciones nacidas dentro de ese contexto cultural. Más que detectar y ubicar la raíz de los fenómenos del problema, procuraron crear soluciones. El primero, estudia la situación en la que se encuentran los humanos dentro de la sociedad de consumo y refleja cómo la publicidad en la gestión corporativa hacia a ser objetos del mercado. La publicidad, que es el alma del diseño, impone su propio lenguaje de representación cultural. Desde la semántica del consumo, aunada a la materialidad de los bienes, enfoca el hedonismo como proyecto de autorrealización personal y familiar.

Dimensión Ontológica

En esta dimensión se describe el proceso utilizado en la construcción de una ontología para representar la información de los anuncios publicitarios y de las dimensiones contextuales: ubicación, tiempo y necesidades del usuario, para considerar al momento de su recomendación. Precisamente el énfasis pragmático a la hora de concretar el quehacer de la disciplina ha contrastado con la búsqueda de legitimidad científica. Una definición de marketing ofrecida por Kotler presenta una de las perspectivas que entran en contraste, la que presenta un interés que puede llamarse académico. Desde esta perspectiva: "el marketing estudia la forma en que las relaciones de intercambio son creadas, estimuladas, facilitadas, valoradas y gobernadas.

Dimensión Epistemológica

En el marketing existe una corriente dominante que intentaría constituir un paradigma en torno al supuesto de que este campo debe orientarse sobre todo a la práctica, en tanto que proceso social que satisface necesidades y produce utilidad. Sí se analiza esta corriente dominante desde una perspectiva epistemológica en la que se imponga la imperiosa necesidad de producir un conocimiento objetivo y neutral, el estatuto científico del marketing es problemático, dado que sí bien la ciencia en general no está al margen de intereses, éstos no deben gobernar el accionar de los científicos. Precisamente un rasgo dominante de los estudios de marketing.

Dimensión Metodológica

Esta dimensión se enfoca en el desarrollo y la innovación son dos conceptos fundamentales en la evolución de la publicidad, tanto a nivel creativo como estratégico. Un buen análisis de resultados requiere una buena investigación previa, al igual que la requiere la puesta en marcha de una estrategia publicitaria. En este artículo se dan claves para una investigación fiable y eficaz. La evolución del pensamiento publicitario establece una mayor comprensión de dicho fenómeno entendiendo a éste desde distintas perspectivas que, como se aclaró anteriormente, no son excluyentes, sino que hacen parte de la publicidad vista como sistema.

Proyectos de Investigación

Temas Propuestos

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Gestión Corporativa Publicitaria, deberá aplicar proyectos en las áreas temáticas de:

- ✓ Automatización del comercio electrónico.
- ✓ Campañas de marketing.
- ✓ Diseños publicitarios.
- ✓ Herramientas digitales.
- ✓ Inteligencia artificial aplicado en las redes sociales.
- ✓ Inteligencia artificial en la publicidad ads de Instagram.
- ✓ Inteligencia artificial en la red social Instagram.
- ✓ Marketing digital.
- ✓ Metaverso aplicado en las campañas de marketing.
- ✓ Metaverso en las TIC's.
- ✓ Publicidad online.
- ✓ Realidad virtual.
- ✓ Redacción web.

- ✓ Relaciones públicas aplicada en la inteligencia artificial.
- ✓ Social media manager.
- ✓ Tecnologías de la información y comunicación.
- ✓ Ventas en la aplicabilidad de las tendencias digitales.

Referencias

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). **Fundamentos del Marketing**, Décimo primera edición. Editorial: Pearson Educación, México. Disponible en: <https://pubhtml5.com/dizf/mlgp/basic>.

Kotler, P. (2001). **Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación y Control**. Octava edición. Editorial: Pearson Educación.

Monferrer, D. (2013). **Fundamentos de Marketing**. Editorial: Coleccion Sapientia.

Stanton, E. y Walker O. (2013), **Fundamentos de Marketing**. México: McGraw-Hill Interamericana.

Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación**. Venezuela. Disponible en: <https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA COMUNICACIÓN MULTIMEDIA Y TRANSMEDIA



Autora:
Lcda. Eylin Torrealba, MSc.

Introducción

La línea asociada comunicación multimedia y transmedia es un espacio que te permitirá expresarte de mil maneras para comunicar una idea en formas muy modernas y actuales. La comunicación audiovisual se basa en la transmisión de mensajes audiovisuales a través de medios tecnológicos, que integran imágenes figurativas, esquemáticas o abstractas y elementos sonoros tales como la música, los sonidos, los ruidos y el silencio. Esta línea de investigación se enfoca en las diversas plataformas y canales de comunicación de forma audiovisual.

Dicho de otra forma, la comprensión y entendimiento de la narración se consigue al recorrer las plataformas. Este proceso va de la mano de una elemental relación del público objetivo. El otro componente es la naturaleza de las diversas plataformas como Facebook o Instagram. Estas redes facilitan la relación de los usuarios con la narración.

Por otro lado, la línea asociada busca crear comunicación audiovisual tiene un lenguaje propio y sus códigos varían según el objetivo general del producto. Un producto audiovisual puede ser objetivo de noticias, reportaje, publicitarios, spots de televisión, cuñas de radio o artístico, largometrajes de ficción, radionovelas. Dentro de la comunicación audiovisual pueden agruparse los productos de industrias tan diversos como el cine, la televisión, la radio, e incluso Internet y los videojuegos.

El soporte habitual para este tipo de medios es de tipo electrónico y, a menudo, un sistema informático se encarga de generar la presentación de esa información en la forma y secuencia correcta. No obstante, otras formas de comunicación con múltiples recursos expresivos pueden también recibir la calificación de multimedia. Sería el caso de representaciones teatrales, musicales, cinematográficas, de televisión, etc.

Con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación y acercándose a los límites de nuestras ficciones más elaboradas, es posible que creamos que el escenario de la comunicación humana se ha hecho más grande al añadir conceptos tan difundidos como digital, interactivo o multimedia. Y en cierto modo algo de verdad hay en ello, pero cabe pensar que hay que aclarar ciertos significados para entender los procesos digitales como parte de ese escenario, como personajes protagonistas de una obra planificada, pero pocas veces meditada.

Logros y promesas, cumplidas con gran efervescencia, constituyen el núcleo de actualidad de una industria tecnológica capaz de aunar esfuerzos en la creación de espacios más complejos, versátiles y atractivos, y en términos sensoriales, más completos. Una industria que, cambiando la naturaleza de nuestras tareas, nos arrastra hacia un aprendizaje continuo de nuevos lenguajes basados en un vertiginoso procesamiento de unos y ceros. Una industria con capacidad para recordarnos constantemente qué podemos llegar a hacer, cuáles son nuestras nuevas posibilidades (incluso cuáles son nuestras necesidades), cambiando así la naturaleza de la tarea y generando, por tanto, novedades e inventos más elaborados y comercialmente más rentables.

Justificación

La línea de comunicación multimedia y transmedia es la vertiente de una investigación en cuanto a la narrativa porque son las marcas ya que ellas son una construcción social. Un individuo puede generar contenido. Lo muestra y a su vez comenta otros. El público en la actualidad no quiere consumir productos o contenido. Existe una gran importancia de participar, valorar, recomendar, criticar y compartir contenidos digitales enfocado a través del audiovisual y comunicación digital.

Por su parte, la revolución digital ha traído con ella nuevos medios de comunicación y contenidos más adecuados a los mismos adaptados a la demanda de nuevas formas de distribuir y de consumir contenido. Actualmente, influye dentro de la investigación y de la línea que se plantea como el contenido multimedia es lo más importante para los nuevos procesos comunicativos, enfocados en los medios de expresión físicos o digitales como el texto, imágenes, animaciones, audios y vídeos.

Desde esta perspectiva, y ahondando en aspectos comunicativos, la aparición de conceptos como digital, interactivo o multimedia, de los que al principio hablábamos, es posible que hayan marcado un antes y un después en las relaciones humanas, pero también es verdad que, al crecer, dentro del mundo industrial y publicitario, no han sido aprovechados ni han madurado lo suficiente como para que podamos dar el salto al próximo escalón de la evolución digital.

A nivel social esta línea de investigación comunicación multimedia y transmedia busca una integración de informaciones de diversa naturaleza, fueron creados mucho antes de que el concepto como tal fuera inventado. Imaginemos las posibles explicaciones de Galileo al estudiar el problema de la caída de los cuerpos, o más ampliamente, pensemos en una de las escuelas ideada por Comenius en el siglo XVII, basada en la premisa de educar para la adquisición de conocimientos útiles. Componentes textuales, visuales y sonoros, lenguajes ilimitados ya hacían acto de presencia y mostraban la riqueza de elementos, aunque eso sí, no hacían explícito todavía el potencial completo de sus combinaciones.

Por otro lado, la Transmedia o comunicación transmedia es un proceso narrativo que se basa en fraccionar intencionalmente el contenido. Luego este se viraliza por múltiples plataformas, soportes y canales (offline y online). El objetivo es que cada medio cuente una parte de la historia. Y que a su vez se completen entre sí. Dicho de otra manera, la comprensión y conocimiento de la narración se logra al recorrer las plataformas, soportes y canales. Este proceso va de la mano de una necesaria interacción del público objetivo. Él es el que decide qué recorrido efectuar y hasta dónde llegar. El otro elemento es la propia naturaleza de algunas plataformas como Facebook o Instagram. Estas redes facilitan la interacción de los usuarios con la narración. Por otro lado, el contexto donde se genera la narrativa transmedia son las

marcas ya que ellas son una construcción social. Un individuo puede generar contenido. Lo muestra y a su vez comenta otros. El público en la actualidad no quiere consumir productos o contenido

Definición Conceptual

La comunicación audiovisual implica sensorialmente al receptor a través de dos sentidos: visual y auditivo. Sus normas y símbolos son previamente acordados y reconocidos entre emisor y el receptor. La comunicación audiovisual tiene un lenguaje propio y sus códigos varían según el objetivo general del producto. Sin embargo, no es tan simple como contar una historia en varias plataformas. Se necesita una estrategia que va más allá. Con la clara intención de generar una experiencia al usuario. De esa manera se le da protagonismo. Se lo lleva a la acción, que se sienta cómplice, libre para actuar, para integrarse en la narrativa.

La Multimedia es un término que procede al mundo visual y que refiere a aquello que utiliza varios medios de manera simultánea en la transmisión de una información. El término también se usa en referencia a los medios en sí que permiten almacenar y difundir contenidos con estas características.

La transmedia representa una estrategia ideal para generar comunidad y sentido de pertenencia a tu marca. Debido a que las redes sociales son uno de los tantos formatos y medios donde se utiliza esta manera de contar historias, esto abre la puerta a la posibilidad de dar a tus clientes el poder de creación en interacción con tu marca y entre ellos mismos.

La línea de comunicación multimedia y transmedia se plantea en cuanto a las necesidades del investigador, en cuanto a las directrices de los productos intelectuales entre ellos: cortometrajes, producciones audiovisuales.

La narrativa transmedia representa una estrategia ideal para generar comunidad y sentido de pertenencia a la marca. Debido a que las redes sociales son uno de los tantos formatos y medios donde se utiliza esta manera de contar historias, esto abre la puerta a la posibilidad de dar a tus clientes el poder de creación en interacción con tu marca y entre ellos mismos. Una campaña en Instagram, por ejemplo, permite a quienes se integran a ella sentirse parte de la marca y además podría incrementar la confianza de clientes nuevos. Las tendencias favorecen este tipo de estrategia porque, por un lado, los formatos de video y audio van en aumento en cuanto al consumo y, por el otro, es cada vez mayor la presencia de las marcas en múltiples canales.

Finalmente, esta línea asociada da lugar a nuevos formatos y nuevas formas de creación y distribución. Es, por tanto, muy relevante el aporte significativo que se produce por la interacción de los públicos. De este modo, las marcas, no solo garantizan un mayor engagement por parte de los destinatarios iniciales de la acción comunicativa, sino que estos se llegan a convertir en auténticos evangelizadores del producto o servicio. Se dice iniciales al referirse a quienes va destinada la comunicación, porque como se escribió en el párrafo anterior, en la que analizaba el contexto actual, se ha producido una democratización en este ámbito que hace que los roles de productores y emisores de contenidos se intercambien continuamente.

En el apartado televisivo, la comunicación transmedia representa un cambio en la manera en la que se deben enfrentar las audiencias, que eran medibles de un modo determinado en la emisión tradicional por un solo canal. El impacto ahora se expande por otras plataformas y es preciso tenerlo en cuenta. En la producción de contenidos hay que dar a los públicos el poder de compartir, sobre todo, porque en esta nueva era, las personas con las que se pretende comunicar están en el centro, son realmente protagonistas del proceso.

Además, el consumo se ha vuelto eminentemente nómada, en movilidad, de manera que es preciso garantizar el acceso desde múltiples canales y plataformas para que el producto les llegue cuando quieran, donde quieran y como quieran.

El uso de los diferentes códigos o medios en la que se presenta la información debe realizarse integrándolos de forma coherentes, teniendo en cuenta la utilidad y funcionalidad de los mismos dentro del programa. Y, la inclusión de diferentes medios de comunicación facilita el aprendizaje, adaptándose en mayor medida a los sujetos, a sus características y capacidades (pueden potenciar: memoria visual, comprensión visual, memoria auditiva, comprensión oral, etc.).

Los medios audiovisuales cumplen un papel clave en la información de las masas en la sociedad contemporánea, permitiéndole presenciar la realidad casi como si estuviesen allí, en cualquier otro rincón del mundo. Igualmente, nos permite soñar con realidades posibles mediante el cine de ficción y vivir esos mundos de mentira como si existieran en verdad, mediante el manejo del sonido y la visión. A esto debe sumarse la enorme ventaja que las telecomunicaciones audiovisuales significan, superando distancias enormes para permitir a dos o más personas verse y oírse en tiempo real: una verdadera revolución comunicativa global.

Palabras clave: Comunicación, Multimedia, Transmedia.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Comunicación Multimedia y Transmedia particulares.

2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Comunicación Multimedia y Transmedia mediante publicaciones, disertaciones y congresos.
3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Comunicación Multimedia y Transmedia.
4. Producir material bibliográfico línea de investigación asociada Comunicación Multimedia y Transmedia bajo pautas propias, o por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes.

Fundamentación Teórica

Una de las definiciones para el concepto de multimedia según Castro (2008) es "la integración de dos a más medios distintos en un ordenador personal". Los sistemas multimedia constituyen una nueva forma de comunicación que hace uso de diferentes medios, como imagen, gráficos, texto, voz, música, animación o video en un mismo entorno. En el multimedia se concentran las diversas aportaciones de cada medio para un fin único: la transmisión de un concepto al usuario. La comunicación multimedia facilita la comprensión y el aprendizaje, ya que resulta muy parecida a la comunicación humana directa (cara a cara). En una conversación, se observa al interlocutor (lo que sería equivalente a un vídeo) y se escucha (audio) mientras acompaña sus palabras con gestos y movimientos corporales (animaciones).

La línea asociada se encarga de la formación de los periodistas digitales, es una tendencia prolongada en el tiempo la apuesta por las fotos y los vídeos para completar la narración de historias. Esta dinámica se está acentuando debido a la proliferación de entornos digitales cada vez más complejos en los

que las imágenes son las grandes contadoras de historias más allá del simple texto. Según Galeno, S. (2018), para lograr una experiencia significativa en las historias transmedia, los espectadores deben recorrer los diferentes canales, obteniendo piezas de información que harán conocer el universo que hemos creado para ellos. Así mismo, el mismo autor establece que la cultura de la convergencia de los medios de comunicación” califica a la narración transmedia como una nueva estética que ha nacido a consecuencia de la convergencia de los medios, y de hecho la define como el arte de crear mundos.

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

Esta línea asociada tiene como propósito formar profesionales con conocimiento de técnicas, métodos, materiales y equipos que les permita el trabajo de los medios audiovisuales: cine, televisión y video. Los medios audiovisuales emplean tecnología multimedia, que combina las virtudes visuales del modelo impreso con la inmediatez de la radio hablada, logrando así un formato más complejo que imita la presencia real en el orden de los eventos transmitidos. Este es el caso de la televisión, el cine y más recientemente el Internet.

Dimensión Ontológica

Se establece la responsabilidad de los medios de comunicación social frente al mundo audiovisual, la cultura, la ciencia, la multiculturalidad, así como frente a las tecnologías de la información, internet, el ciberperiodismo y la perspectiva histórico-ecológica de la comunicación.

Dimensión Epistemológica

La palabra multimedia significa “múltiples medios”, y utilizada en el contexto de las tecnologías de la información, hace referencia a que existen “múltiples intermediarios entre la fuente y el destino de la información, es decir, que se utilizan diversos medios para almacenar, transmitir, mostrar o percibir la información”. Más precisamente, llamamos multimedia a cualquier combinación de texto, sonidos, imágenes o gráficos estáticos o en movimiento.

Dimensión Metodológica

El paradigma de la metodología de la línea asociada está enfocada con el objetivo de obtener perspectivas acerca de los significados y de las implicaciones de los paradigmas en el campo de la comunicación transmedia y multimedia, en una línea de trabajo de audiovisual, con perspectiva histórica, orientada a identificar el andamiaje intelectual que ha venido definiendo la investigación en los medios de comunicación audiovisuales.

Proyectos de Investigación

Temas Propuestos

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Comunicación Multimedia y Transmedia, deberá aplicar proyectos en las áreas temáticas de:

- ✓ Análisis de cortometrajes.
- ✓ Aplicación de la nanotecnología en el área de la comunicación.
- ✓ Cine.
- ✓ Contenidos audiovisuales aplicado en cortometrajes.
- ✓ Entrevistas audiovisuales.
- ✓ Herramientas digitales en el mundo audiovisual.
- ✓ Inteligencia artificial en los aspectos comunicativos de la transmedia.

- ✓ Locución.
- ✓ Metaverso en las TIC'S.
- ✓ Nanotecnología aplicada en las tendencias audiovisuales.
- ✓ Periodismo audiovisual.
- ✓ Periodismo deportivo.
- ✓ Periodismo web.
- ✓ Producciones de televisión aplicada en las tendencias audiovisuales.
- ✓ Radio en la realidad virtual.
- ✓ Radio.
- ✓ Realidad virtual en la fotografía.
- ✓ Televisión digital.

Referencias

- Aranda, D. (2006). **Guión audiovisual**. UOC. España.
- Bestard, M. (2011). **Realización Audiovisual**. Editorial UOC: Barcelona.
- Canet, F. (2009). **Narrativa audiovisual: estrategias y recursos**. Síntesis: España.
- carvajal, A. (2016). **El proceso de producción audiovisual**. Primera Edición. Punto Rojo Libros, S.L. Madrid.
- Castillo, J. (2017). **Cultura audiovisual I**. Parainfo, S.A. España.
- Fernández, F. y Martínez, J. (1999). **Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual**. Ilustrada: Barcelona.
- Galeno, S. (2018). **Principios de la Transmedia**. Documento en línea: <https://marketing4ecommerce.net/principios-transmedia-henry-jenkins/>
- Moliner, Q. (2006). **Análisis y crítica audiovisual**. UOC: Barcelona
- Monferrer, D. (2013). **Fundamentos de Marketing**. Editorial: Coleccion Sapientia.
- Sánchez J. (2006). **Narrativa Audiovisual**. UOC: Barcelona.

Sánchez, J. y García, F. (2014). **Tecnología y narrativa audiovisual**. Volumen 82 de Biblioteca de ciencias de la comunicación. Fragua: España.

Simpson, R. (1998). **Manual práctico para producción audiovisual**. Ilustrada: España.

Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación**. Venezuela. Disponible en:
<https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>

Zallo, R. (2016). **Tendencias en comunicación**. Gedisa, S.A: España.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA TENDENCIA COMUNICACIONAL



Autora:
Lcda. Andrea Trimarchi, MSc.

Introducción

La investigación juega un papel esencial en las sociedades contemporáneas para la creación y transmisión del conocimiento. La Línea de Investigación Asociada, es una ciencia que ha sido aclamada como una actividad en la que el progreso de la investigación crea conocimiento entre iguales. Este conocimiento se basa en la posibilidad de que toda investigación sea conocida, estudiada y refutada por los científicos, por lo que es necesario tener acceso a las corrientes de investigación, a los estudios mismos ya la metodología utilizada en la investigación. Para involucrar realmente a la

audiencia, los medios deberán centrarse principalmente en las audiencias locales. Las marcas deben poder hablar el idioma local y hacerlo de una manera que tenga un impacto social y cultural.

En el ámbito específico de la comunicación, las tendencias de investigación se vertebran, fundamentalmente, en torno a tres áreas de conocimiento principales: la comunicación, la redacción y periodismo institucional. Se permite dibujar una radiografía del sector que refleja fielmente las tendencias de investigación en comunicación organizacional.

En la producción informativa, curiosamente, lo más barato es la información, tendencia que se robustece en la medida que Internet se populariza. La mayoría de los recortes de gastos se produce en las redacciones, mientras que se invierte en las áreas comerciales y de distribución. Asimismo, las continuas concentraciones de medios y las llamadas ‘sinergias productivas’ (abaratamiento de costes) están alentando la convergencia de redacciones y la aparición del periodista multiuso.

Las tecnologías digitales han impulsado espectaculares cambios en la profesión periodística, algunos positivos, otros no tanto. Los medios han dejado de ser unimedios, para convertirse en multimedios y en hipermedios, donde a la grandeza informativa de mezclar fórmulas narrativas de prensa, radio y televisión, se une la nueva condición hipertextual. La convergencia empresarial de medios convencionales y la necesidad de aprovechar las sinergias mutuas y abaratar costes productivos ha potenciado la figura del periodista multimedia. La rentabilidad y la productividad son valores empresariales en alza que no siempre conjugan bien con la calidad.

Justificación

La línea de investigación tendencia comunicacional se enfoca en los procesos comunicativos dentro de una organizacional o institucional que busca englobar el periodismo especializado. Asimismo, donde lo nuevo pasa de moda tan velozmente, lo cierto es que el término multimedia suena ya sutilmente arcaico. A nadie sorprende que un equipo electrónico sea multimedia, por cierto, es lo mínimo que se espera de una computadora, móvil, TV o tablet para considerarlo como tal.

Por su parte, la línea de investigación tendencia comunicacional está enmarcada en el periodismo especializado, los medios de comunicación requieren periodistas especializados y la crítica de la opinión pública cada vez tiene más grande nivel de formación y más grande grado cultural, no es una masa a la que se informa. La dificultad de esta época y, generalmente, de la sociedad, ha causado que la prensa y los periodistas evolucionen hacia más grandes niveles de especialización.

Por su parte, la noticia ya no es el producto final del proceso informativo, sino el punto de partida de la participación del lector. Tanta fuerza ha empezado a adquirir los lectores o usuarios de medios, que se empieza a hablar del quinto poder.

Este fenómeno se advierte ya en Internet. La participación de los usuarios es una de las características del mundo cibernético o digital. La Red se ha convertido en el auténtico medio de comunicación bidireccional que imaginó Bertol Brecht en su Teoría de la Radio, cuando afirmaba que había que transformar el invento de Marconi para que dejara de ser un aparato de distribución y se convirtiera en una herramienta de comunicación. En la Red, más que en ningún otro medio, la audiencia forma parte del diálogo social. La participación no reside en la presencia de público en un estudio o escenario

físico, sino en la capacidad de los ciudadanos de configurar e influir en los mensajes informativos.

La persona interesada en ser periodista en la actualidad debe tener claro que es cada vez menos usual el profesional todoterreno que es capaz de escribir con solvencia sobre asuntos variopintos pertenecientes a varias temáticas. La tendencia que se está imponiendo en la actualidad es la de la especialidad. Es decir, un periodista que domine mucho un ámbito en lugar de otro que sea capaz de tocar muchos temas, pero no tenga la capacidad suficiente como para profundizar con un gran grado de exactitud en ninguno de ellos.

Definición Conceptual

La tendencia está dirigida a una corriente que se enfoca hacia un fin o fines determinados, sin embargo, suelen dejar su marca durante un periodo de tiempo y en un determinado lugar. En la actualidad la palabra tendencia es utilizada como un sinónimo de moda, ya que es visto como un mecanismo social que se encarga de controlar las elecciones que las personas llevan a cabo. Es un proceso de pasos secuenciales en cuanto a las directrices de los temas abordadas que facilita el periodismo especializado emanada por la tendencia, en este análisis se puede crear estrategias y proyectos o planes a futuro para cualquier negocio, pues ayuda a identificar las características dominantes del mercado y los consumidores.

Por su parte, la palabra comunicacional busca fortalecer las acciones de comunicación, información y educación; es por eso que es fundamental para la ejecución de esta estrategia es el desarrollo de un sistema comunicacional dirigido a la promoción del proceso institucional y periodismo especializado.

El proceso de la línea asociada de la tendencia comunicacional es hacer prevalecer los resultados óptimos en cuanto al periodismo institucional y especializado en busca de la vanguardia en cuanto a la corporación de la empresa, manejando los requerimientos de investigación que están asociados a la opinión pública a nivel social y cultural. Es por eso, la línea asociada está enmarcada al mundo periodístico, se encuentra inmersa desde hace años en un proceso de cambio constante y continuo que todavía no ha terminado ni tiene visos de que vaya a finalizar en el corto plazo. La irrupción de las nuevas tecnologías y la era digital en la que se desenvuelve la sociedad en la actualidad han influido sobremanera en el periodismo hasta el punto de introducir nuevas tendencias para acercar a los ciudadanos a las grandes empresas que se dedican a la comunicación.

Por esto, una de las tendencias en el periodismo digital actual, está siendo la búsqueda de fórmulas que permitan monetizar los contenidos periodísticos que se suben a la red. En este punto confluye el periodismo con otro ámbito como es el del marketing digital y las nuevas técnicas que están surgiendo para aplicar los principios de la publicidad a los entornos online.

Palabras clave: Tendencias, Comunicacionales, Sociedad.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Tendencia Comunicacional particulares.
2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Tendencia Comunicacional mediante publicaciones, disertaciones y congresos.

3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Tendencia Comunicacional.
4. Producir material bibliográfico línea de investigación asociada Tendencia Comunicacional bajo pautas propias, o por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes

Fundamentación Teórica

De ahí que la información periodística especializada permita un triple ámbito de acción: el de los contenidos, el de los distintos medios y el de las audiencias, pues son capaces de satisfacer a los usuarios en sus demandas de entretenimiento, por un lado, y de profundización en el saber, por otro, sea cual sea el soporte elegido para su difusión. Según Quesada (2012)

Por periodismo especializado entendemos aquel que resulta de la aplicación minuciosa de la metodología periodística de investigación a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social, condicionada siempre por el medio de comunicación que se utilice como canal, para dar respuesta a los intereses y necesidades de las nuevas audiencias sectoriales. (p. 8).

Así mismo, Túñez (2012), la comunicación en las organizaciones es un recurso al alza en un mundo globalizado, donde ya no es suficiente informar, sino que se debe procurar una comunicación eficaz que genere interacción con los públicos y que garantice la visibilidad de la acción o de la propia organización. La esencia de la comunicación es organización.

Es por ello que, las nuevas tendencias de la comunicación organizacional marcan escenarios comunicativos altamente competitivos, que obligan a clientes y organizaciones/empresas a abandonar la comunicación lineal y se

relacionen de una manera activa con sus públicos, en donde la retroalimentación es la clave del éxito en el nuevo mercado globalizado. Con los nuevos canales de comunicación e información los consumidores se expresan libremente y sin censura. Se convierten además en los medios idóneos para obtener información y compartir opiniones sobre determinada empresa o producto. Las organizaciones deben mirar más allá para entender a las audiencias y comprender el rol del mercado y su impacto en las nuevas generaciones.

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

La comunicación humana como proceso de comunicación individualizado, ético y transformador, desarrollando a través de ello la idea de que las relaciones de sentido gestadas durante el diálogo no sólo constituyen el punto de partida de la comunicación humana, sino también el germen del autorreflexión como fin último de la misma.

Dimensión Ontológica

La comunicación aplicada como tendencia es la construcción de sentido sobre los procesos de construcción de sentido", como una construcción de recursividad teórica sobre las prácticas de comunicación en la vida social o una construcción metacomunicacional sobre la comunicación. Es por eso que, la línea asociada son resultante de la multiplicidad de abordajes y miradas sobre la comunicación que ha generado una confusión no resuelta entre campos de estudio, objetos de análisis, metodologías y definiciones pasibles de delimitar una especificidad conceptual mínima pero indispensable para la elaboración de un andamiaje intelectual capaz de promover una práctica de construcción de conocimiento con cierto grado de normalización, y con rasgos de especificidad que permitan su reconocimiento como "ciencia".

Dimensión Epistemológica

La comunicación es entendida como la matriz en la que se desarrollan todas las actividades humanas; Parece que se ha reinventado y toda la teoría de la comunicación necesita ser reconsiderada. Durante la interacción, es posible analizar la rápida velocidad de cambio de sus diversos niveles y funciones. La comunicación entendida con inquietudes culturales puede pensarse como un conjunto de redes, siempre desde una perspectiva de integración

y de sistemas que transita desde la intranet, entre individuos, grupos y culturas en las que se puede entender la impronta de la cultura y la cibernética de las primeras bodegas. como intersecciones de circuitos.

Dimensión Metodológica

En la línea asociada en tendencia comunicacional es el desarrollo sobre nuevas propuestas de teorías y modelos de la comunicación, que se emplean para explicar los cambios que introducen las tecnologías de la información en los procesos de comunicación. Aborda el problema de la transdisciplinariedad en los nuevos paradigmas de las Ciencias de la Comunicación y de cómo se verían afectados los enfoques teórico-metodológicos en este campo disciplinario. Los profundos cambios ocurridos en el campo de las comunicaciones debido a la convergencia de tecnologías informáticas, de telecomunicaciones y audiovisuales, han revolucionado las formas de producción, de difusión y de recepción de la información, han alterado las relaciones de intercambios entre emisores y receptores y entre usuarios mismos hasta el punto de permitir otras modalidades de interrelación mediatizadas pero interactivas, dialógicas, en tiempo real y personalizadas.

Proyectos de Investigación

Temas Propuestos

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Tendencias Comunicacionales, deberá aplicar proyectos en las áreas temáticas:

- Aplicación de la nanotecnología en el área de la comunicación.
- Comunicación interna.
- Comunicación organizacional.
- Geopolítica aplicada en la comunicación.
- Opinión publicitaria.
- Periodismo comunitario.
- Periodismo cultural.
- Periodismo especializado.
- Periodismo institucional.

- Periodismo organizacional.
- Periodismo político.
- Semiología aplicada en la comunicación social.
- Tendencias digitales en el área de la comunicación.
- Teoría de la comunicación.

Referencias

- Armañanzas, E., Díaz N. y Meso, K. (1996), **El periodismo electrónico**. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio, Barcelona, Ariel.
- Armentia, J. et al. (2000), **El diario digital**, Barcelona, Bosch.
- Bettetini, G. y Colombo, F. (1995), **Las nuevas tecnologías de la información**, Barcelona, Paidós.
- Castells, M. (1997-1998), **La era de la información**, Madrid, Alianza.
- Díaz N. y Koldo, M. (1997), **Medios de comunicación en internet**, Madrid, Anaya.
- Flores, J. y Miguel, A. (2001), **Ciberperiodismo**, Barcelona, Noriega.
- Martínez, J. (1998), **El periódico electrónico. Un nuevo medio de comunicación para el tercer milenio**, Madrid, Departamento de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad Europea.
- Orihuela, J. (2002), “**Internet. Nuevos paradigmas de la comunicación**”, en Chasqui, núm. 77.
- Quesada, T. (2012). **Periodismo Especializado**. Documento en línea: <http://mareliyong.blogspot.com/2012/03/definicion-de-periodismo-especializado.html>
- Túñez M. (2012). **La Gestión de la Comunicación en las Organizaciones**. Zamora, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

“sueña, haz que suceda”

Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación.**
Venezuela. Disponible en:
<https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN ASOCIADAS DE
LA ESCUELA DE PSICOLOGÍA**



- **PSICOLOGÍA Y ORGANIZACIÓN.**
- **PSICOLOGÍA Y SOCIEDAD.**
- **PSICOLOGÍA Y SALUD.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA PSICOLOGÍA Y ORGANIZACIONAL



Autoras:

Lcda. Ángela Pinto.
Lcda. Marie Claire Tahhan.

Introducción

La línea de investigación Psicología y Organización se propone desarrollar proyectos y productos de investigación referidos a la interacción entre los procesos psicológicos y de comportamiento el aspecto laboral y organizacional; así como la aplicación de los conocimientos obtenidos por la psicología para el desarrollo organizacional, la gestión del talento humano de una organización y abordar las oportunidades de mejora que ésta tenga.

Desde tiempos inmemorables el ser humano ha sido el centro de atención de sí mismo, como especie que habita en el planeta, llamando la atención de su desenvolvimiento de manera innata y así llegar a su evolución, que le ha

permitido no solo mantener ciertas habilidades como el raciocinio que no tienen otras especies, sino también de desempeñar distintos roles según sea el concepto de lo que de él se espera.

Se conoce a la Psicología como la ciencia que estudia el comportamiento humano, Skinner (1990). A lo largo de la historia, se han desarrollado múltiples ramas de esta ciencia, y es que hay una realidad innegable que hace que la psicología sea extensa: el comportamiento humano se encuentra en todos los ámbitos y aspectos en el que éste se desarrolla; social, familiar, personal, educativo, entre otros, incluyendo el aspecto organizacional.

Justificación

Dentro del ejercicio de la Psicología, no sólo se toman en cuenta los aspectos externos que pueden influir en el comportamiento. Existe el término *Biopsicosocial* acuñado por el psiquiatra Engel (1977), y permite visualizar a un individuo como un ser holístico, con partes que lo componen e influyen entre sí. *Bio* el cual hace referencia a la vida, *Psico* a todos los aspectos psicológicos y emocionales involucrados, y *Social* que se refiere al contexto en el que este se desenvuelve y su dinámica con el entorno. La psicología organizacional se define según Zepeda (1999) “como la rama de la psicología que se dedica al estudio de los fenómenos psicológicos individuales al interior de las organizaciones, y a través de las formas que los procesos organizacionales ejercen su impacto en las personas.”

En la Universidad Bicentenario de Aragua desde la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se concibe la investigación como un aporte social, es decir, se plantea crear la cultura y el ejercicio de la investigación como una contribución a nuestras comunidades. De manera que, se generen proyectos con pertinencia social en diversos contextos: institucional, local, regional y nacional.

En las próximas páginas se ahondará en los aportes prácticos y metodológicos, se definirá con claridad la línea Psicología y Organización se expondrán sus objetivos, se abordará brevemente su fundamentación teórica para culminar con las temáticas y preguntas que fundamentan la línea.

Este aspecto de investigación resulta de suma importancia para el aporte científico, ya que actualmente las organizaciones se encuentran en etapas de revolución, cada día existen más fuerzas externas que obligan a las organizaciones a actualizarse, reivindicarse, y adaptarse a lo que se requiere de las mismas, aumentando cada vez más la exigencia y competencia, puesto que cada día existe mayor acceso a la inversión, información y capacitación.

Todos estos son factores que, al involucrar a las organizaciones, también involucran a sus trabajadores, y por ende a los individuos y su dinámica con el contexto, siendo consecuente en que cada día existen más motivos de indagación y exploración, con la finalidad de que sean determinados los causales y posibles abordajes para su mejora.

Sin dejar de mencionar que, las organizaciones se encuentran en constante cambio y existen muchos factores a evaluar dentro de su dinámica, ya sea por la introducción de nuevas variables o por la transformación de las que ya estaban. Hoy en día existen más motivos de indagación para el desarrollo organizacional.

Además de que los aportes realizados dentro de las investigaciones a desarrollar pueden ser de utilidad de otras áreas además de la psicología, como las relaciones industriales, administración, abogacía y seguridad y salud laboral. Sin dejar de resaltar que cualquier investigación aporta un conocimiento científico.

Toda investigación no sólo genera un conocimiento, el resultado de la misma es un escalón para avanzar, un aporte a la ciencia. El hecho de que

esta línea de investigación sea desarrollada no sólo enriquece de manera significativa las indagaciones dentro de la psicología en general y el individuo dentro de una organización.

El investigador no nada más se nutre en el saber de lo indagado, también se siembra en él, el sentimiento de seguir explorando, por lo que traerá aún más resultados. Sin dejar de un lado a la Universidad Bicentenario de Aragua, que en su biblioteca de investigaciones realizadas mantendrá esta categorización de gran relevancia para la ciencia, alimentado por el estudiantado. A su vez, toda investigación genera actualización, por ende, las investigaciones a desarrollar no sólo generarán un conocimiento, también una acción, ya que podrán ser ejecutadas en las organizaciones de la nación.

Definición Conceptual

La psicología es una ciencia social que estudia la conducta, los comportamientos y los procesos mentales de los individuos y grupos sociales, está enfocada principalmente en el análisis de la mente y las experiencias humanas a partir del estudio fundamentado en diversas teorías y perspectivas metodológicas que se dedican al empleo de métodos científicos apropiados al estudio para figurar como un objeto de estudio de comprensión y análisis de la conducta humana y sus diferentes motivaciones psíquicas.

Según Sos (2015) “la psicología es una disciplina del conocimiento dedicada a la producción de ideas, instrumentos, métodos y procedimientos de acción e intervención que tratan sobre lo psicológico y sobre los fenómenos del comportamiento y la experiencia humana. Intenta explicar el comportamiento en sentido integral y en sus diferentes contextos, para predecir y controlar la conducta del sujeto”.

La psicología tiene un campo muy amplio de estudio, esta se interesa por los procesos mentales, incluyendo así, el pensamiento, la inteligencia, la percepción, el juicio, la motivación, la atención, la conciencia y la inconsciencia. Así mismo, la psicología también se basa en el estudio de las relaciones interpersonales, las conductas de los individuos de forma grupal y las diferentes motivaciones psíquicas que llevan a los individuos a desarrollar alguna conducta o comportamiento

Para García y Casanueva (2000) autores del libro "prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como una "entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados"

Las organizaciones funcionan como un sistema que debe ser sometido a diferentes etapas, fases o ciclos estructurales y sistemáticos que lo llevan a alcanzar un nivel de productividad y así mismo a alcanzar sus objetivos en corto y largo plazo, de esta manera, también deben velar por el cumplimiento y cuidado de diferentes recursos, entre estos, los recursos financieros., recursos materiales, recursos tecnológicos, recursos administrativos, recursos empresariales y por último y no menos importante el capital humano de la organización

Según, Blum y Nailor (1968), definieron la gestión organizacional relacionada a la psicología como “simplemente la aplicación o extensión de los hechos y principios psicológicos a los problemas concernientes a los seres humanos que operan dentro del contexto de los negocios y la industria” En términos más amplios el psicólogo organizacional está interesado en el

comportamiento en las situaciones laborales: la cual tiene dos facetas: la científica y la práctica.

La relación entre la psicología y la organización, radica en la importancia de la gestión humana desde una perspectiva científica que aborde el comportamiento humano, las relaciones laborales y la gestión y desarrollo de una organización desde un punto de vista psicológico. Por tanto, ambas variables suponen un trabajo en conjunto dedicado al estudio y concepción de diferentes comportamientos dentro de las organizaciones y el análisis de sus motivaciones conductuales desde una perspectiva psicológica.

La línea de investigación psicología y organización, está dedicada a la comprensión del estudio del comportamiento humano de individuos y grupos pertenecientes a una organización, así mismo a la influencia del contexto organizacional en las motivaciones individuales y conductuales de los trabajadores. Dicha línea de investigación se interesa en la proyección de conocimientos, estudios e investigaciones que posean un alcance a nivel de la psicología organizacional, haciendo énfasis así en los diferentes factores psicológicos que ejercen influencia dentro de los procesos organizacionales y el desarrollo de los individuos dentro de esta área.

Por lo anteriormente expuesto, la línea de investigación psicología y sociedad se caracteriza por la unión de dos variables que guardan relación y suponen la práctica de diferentes métodos científicos dedicados al estudio y análisis crítico de la psicología dentro de las organizaciones y su impacto en temas relacionados a la productividad, avance y éxito de la organización, así como también temas relacionados a la influencia que ejerce una organización en los trabajadores de forma psicológica y el desarrollo de ciertas conductas.

Palabras clave: Psicología, Organizacional, Talento Humano.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Psicología y Organizacional particular.
2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Psicología y Organizacional mediante publicaciones, disertaciones y congresos.
3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Psicología y Organizacional.
4. Producir material bibliográfico línea de investigación asociada Psicología y Organizacional bajo pautas propias, o por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes

Fundamentación Teórica

La Psicología Organizacional en base a lo dicho por Rucci (2008), citado por Aamodt (2010): la define como la encargada de “aumentar la dignidad y el desempeño de los seres humanos, así como de las organizaciones para las que trabajan al avanzar en la ciencia y conocimiento del comportamiento humano” (p. 24). De acuerdo con lo antes planteado por el autor, esta rama de la ciencia de la Psicología se especializa específicamente en el estudio del desempeño de los trabajadores dentro de la organización, además de cómo lograr la mayor integración con la organización para la que trabajan.

Derivado de lo antes expuesto, la psicología organizacional se establece con el principal objetivo de estudiar el comportamiento del individuo en relación a diferentes factores internos de la organización, de la misma forma, la

psicología organizacional busca propiciar un ambiente óptimo que permita la integración de los trabajadores y por tanto, un aumento en la productividad y un óptimo desempeño laboral. En este contexto, para el psicólogo organizacional Furnham (2001), citado en Muñoz y Mesa (2017), habla de la Psicología Organizacional como:

El estudio de la forma en que las personas se reclutan, seleccionan y socializan en las organizaciones; de la manera en que son recompensadas y motivadas; de la forma en que las organizaciones están estructuradas formal e informalmente en grupos, secciones y equipos, y de cómo surgen y se comportan los líderes. También analizan la manera en la cual las organizaciones influyen en los pensamientos, sentimientos y comportamientos de todos los empleados a través del comportamiento real, imaginario o implícito de los demás en su organización. (p. 3).

Es menester mencionar que la psicología organizacional es una ciencia que se basa en el estudio del ser humano, tomando en cuenta la conducta, el comportamiento, los factores influyentes, las relaciones interpersonales, las emociones y sentimientos del individuo y así mismo la influencia de los mismos en el desempeño laboral del trabajador. La psicología organizacional comprende diferentes áreas y aspectos relacionados directamente con la productividad del trabajador, entre estilos, podemos destacar, el clima laboral, las relaciones interpersonales, el liderazgo, la toma de decisiones, la gerencia del cambio y las diferentes afecciones emocionales que rigen el comportamiento organizacional.

La labor del psicólogo organizacional es muy importante ya que uno de sus principales objetivos es encargarse de velar por el bienestar del capital humano de la organización, estando siempre atento al comportamiento y actitudes de las personas, a partir de esto el psicólogo analiza cual es la cultura organizacional, es decir, los valores, las costumbres, y las reglas que conforman la mentalidad que tiene la organización y que la hace ser diferente

de las demás, con sus propias características y políticas sobre las cuales se rige, esta es de carácter implícito. Según Chiavenato (2005) existen cuatro tipos de sistemas de cultura organizacional que el profesional puede identificar, estos son: autoritario coercitivo; arbitrario benevolente; consultivo; participativo.

Según Chiavenato (2005), el psicólogo organizacional es un profesional especializado en el comportamiento de las personas en el ámbito de las organizaciones. Como se plantea en el artículo El psicólogo organizacional: Roles, tareas y funciones, este se encarga de conocer y fomentar la satisfacción de los empleados con respecto a su trabajo, desarrolla y propone estrategias para incrementar el trabajo en equipo, implanta mejores procedimientos de selección, colocación, capacitación, promoción y retención del personal, apoya el incremento de la productividad mediante la adecuada integración hombre-máquina organización, recomienda mejoras en la calidad de los productos y servicios, así como en las estrategias de marketing y publicidad de las empresas y orientar al gerente en cuanto a liderazgo, negociación y toma de decisiones.

El psicólogo organizacional tiene que contar con una visión sistemática y holística en cuanto al comportamiento humano en la empresa ya que es en esta es donde se estudia el comportamiento laboral y se diseñan cambios tanto en el ambiente como en el comportamiento humano para mejorar la productividad, reducir el ausentismo y la rotación, y aumentar la satisfacción y la calidad de vida laboral de los empleados (Peña, Caroño, Zuleyma, 2006).

Por lo anterior expuesto, se destaca el rol del psicólogo organizacional desde una perspectiva científica y disciplinaria con una serie de funciones y estrategias orientadas al manejo organizacional óptimo, la estabilidad de la productividad laboral, el mantenimiento de un desempeño adecuado y la

función de propiciar un ambiente laboral estable y organizado en cuanto al ambiente, las relaciones laborales y el liderazgo organizacional de todo el equipo perteneciente a la empresa. Por otra parte, es importante hacer énfasis en el fundamental papel que tiene el psicólogo dentro de la organización, propiciando un buen clima laboral, la estabilidad psicológica de los trabajadores y por tanto el aumento de la productividad organizacional.

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

La línea de investigación de Psicología y Organización tiene como finalidad principal la formación del estudio referido al comportamiento humano de individuos y grupos pertenecientes a estructuras organizacionales, de la misma forma, el objeto de estudio de la línea de investigación de Psicología y Organización es la conductas humana a través de la interacción con diferentes factores internos de una organizacional, de la misma manera, la aplicación de diversos métodos y técnicas psicológicas orientadas a la estabilidad de los trabajadores y así mismo a la productividad de la organización.

Dimensión Ontológica

La dimensión ontológica se refiere a la naturaleza del fenómeno u objeto de estudio; en la línea asociada Psicología y Organización se concibe la interrelación entre el individuo y su membresía a una organización; funciones, relevancia, influencia. Por lo tanto, el investigador debe explorar todos los procesos en los que se ve involucrado a nivel organizacional; y a su vez, en una relación viceversa, que complementará cómo es de indispensable la organización para el individuo, y el individuo para la organización.

Dimensión Epistemológica

Este aspecto se refiere al desarrollo del conocimiento alude a la relación entre quien conoce y lo que puede ser conocido. La acción de investigar en la línea Psicología y Organización se fundamenta epistemológicamente en el contacto intencional, relacional y comprensivo, entre personas, y su funcionamiento para un mismo fin.

Dimensión Metodológica

La línea de investigación Psicología y Organización plantea el estudio del ser humano partiendo de una perspectiva científica y disciplinaria basada en la comprensión profunda de los diferentes factores influyentes en el comportamiento humano, de la misma forma, desde un punto de vista metodológico, podemos centrar dicha línea de investigación en un punto de estudio que relaciona de forma directa los procesos de la psique con el desempeño laboral de un individuo y de su nivel de alcance en productividad.

Proyectos de Investigación

Temas propuestos y Proyectos específicos:

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Psicología y Organizacional, deberá aplicar investigaciones en las áreas temáticas de:

- ✓ Adaptabilidad por el cliente interno y externo.
- ✓ Adaptación al cambio.
- ✓ Alineación estratégica.
- ✓ Análisis, Descripción y Valoración de cargo.
- ✓ Assesment Center.
- ✓ Autoestima.
- ✓ Autorregulación emocional.
- ✓ Captación y selección de talento humano.
- ✓ Clima organizacional.
- ✓ Compensación y beneficios.
- ✓ Comportamiento organizacional.
- ✓ Compromiso organizacional.
- ✓ Comunicación asertiva.
- ✓ Cultura organizacional.
- ✓ Desarrollo de Plan de Carrera.

- ✓ Desarrollo organizacional.
- ✓ Desempeño laboral.
- ✓ Dirección y liderazgo.
- ✓ E-Business.
- ✓ Empowerment.
- ✓ Enfermedades ocupacionales.
- ✓ Estrés laboral.
- ✓ Estructura organizacional.
- ✓ Ética empresarial.
- ✓ Evaluación y selección por competencias.
- ✓ Flujos de Comunicación.
- ✓ Gestión de emociones.
- ✓ Gestión del Conocimiento.
- ✓ Gestión del talento humano.
- ✓ Gestión del tiempo.
- ✓ Gestión estratégica.
- ✓ Habilidades sociales en el trabajo y organización.
- ✓ Hostilidad.
- ✓ Identificación de Talento Clave.
- ✓ Inducción de Talento Humano.
- ✓ Innovación y actualización de procesos.
- ✓ Inteligencia emocional.
- ✓ Intervenciones preventivas.
- ✓ Liderazgo gerencial.
- ✓ Liderazgo situacional.
- ✓ Liderazgo transformacional.
- ✓ Misión, Visión y Valores organizacionales.
- ✓ Mobbing.
- ✓ Negociación.

- ✓ Notificación de riesgos.
- ✓ Orientación al logro.
- ✓ Pensamiento estratégico.
- ✓ Percepción sobre el trabajo.
- ✓ Planes de salud ocupacional.
- ✓ Planificación y organización.
- ✓ Potencial del trabajador.
- ✓ Programación Neurolingüística.
- ✓ Psicología positiva.
- ✓ Resolución de conflictos.
- ✓ Responsabilidad social corporativa.
- ✓ Retención del personal.
- ✓ Riesgos laborales.
- ✓ Salario emocional.
- ✓ Salud laboral.
- ✓ Satisfacción laboral.
- ✓ Seguridad industrial.
- ✓ Sentido de la urgencia.
- ✓ Sentido de pertenencia.
- ✓ Sociedad de la Comunicación.
- ✓ TIC's.
- ✓ Tolerancia a la frustración.
- ✓ Toma de decisiones.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Violencia.

Referencias

Babativa D. (2017) **La Psicología Organizacional**. Fundación universitaria del área andina. Bogotá. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/326426111.pdf>

- Babativa. D (2017). **Psicología Organizacional**. Bogotá. Colombia
- Borrell, F. (2002). **El Modelo Biopsicosocial en Evolución**. España: Universidad de Barcelona.
- Días, L. (1998) **Psicología del Trabajo y las Organizaciones**. Universidad de la laguna.
- Duran, Y. (2011) **Comportamiento Organizacional**. Institución Benemérita de la Educación. Disponible en: <https://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/handle/120809/396/GE0925%20Comportamiento%20organizacional%20-%202011%20-%20Ciencias%20Econ%F3micas.pdf;jsessionid=4013C5D83B7869A93BC7231670F7C7B4?sequence=1>
- Cabrales. J (2009) **Marcos Teóricos en Psicología**. España.
- Jaramillo. M (2019) **Psicología y Organización**. N° 48. Revista de la universidad de Azuay.
- Ibarra, H. (2015) **La Importancia de la Gestión de Organizaciones**. Universidad Cooperativa de Colombia. Disponible en: <https://www.ucc.edu.co/prensa/2015/Paginas/la-importancia-de-la-gestion-de-organizaciones.aspx>
- Orozco, E. López, E. Zuleta, P. López, D. Giraldo, C. Gómez, T. Molina, M. Álvarez, A. Valencia. M. (2013) **Rol del Psicólogo en las Organizaciones**. Revista virtual de ciencias sociales y humanas. Colombia.
- Peiro. R. (2022) **Psicología de las Organizaciones**. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/psicologia-de-las-organizaciones.html>
- Riboldi, T. (2017) **El Rol del Psicólogo en el Ámbito Laboral**. Universidad empresarial siglo 21. Disponible en: <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/11994/TFG-El%20rol%20del%20Psic%C3%B3logo%20en%20el%20%C3%A1mbito%20laboral..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

“sueña, haz que suceda”

Vilela, P. (1998) **Psicología Del Trabajo y Las Organizaciones**. Universidad de la laguna. Disponible en: <https://fhcevirtual.umsa.bo/btecavirtual/?q=node/527>

Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación**. Venezuela. Disponible en: <https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>

Zepeda, F. (1999). **Psicología Organizacional**. México: Addison Wesley Longman

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA PSICOLOGÍA Y SOCIEDAD



Autoras:

Lcda. Mary Díaz, Esp.

Lcdo. Edgar Sojo.

Introducción

Dar una definición formal de casi cualquier disciplina es tarea compleja. En la Línea de Investigación Asociada de Psicología y Sociedad, esta dificultad aumenta por dos factores: su amplio espectro y rápida velocidad de cambio, los futuros profesionales egresados poseen un gran abanico de intereses. A pesar de ello, la mayoría de estos profesionales se centran principalmente en la siguiente tarea: entender cómo y por qué los individuos se comportan, piensan y sienten en situaciones sociales que involucran a otras personas (reales o imaginarias). En respuesta a este hecho, definimos la psicología y sociedad como la disciplina científica que busca entender la naturaleza y las

causas del comportamiento y de los pensamientos individuales en situaciones sociales. Observemos con detalle diversos aspectos de esta definición.

La Psicología y Sociedad como disciplina está profundamente comprometida con estos valores, y los aplica en un esfuerzo por entender la naturaleza del comportamiento y de los pensamientos sociales. Por esta razón, resulta lógico pensar en esta disciplina como de orientación científica. Por el contrario, aproximaciones que no son científicas realizan afirmaciones del mundo y las personas, que no están sujetas a la evaluación y análisis cuidadosos implícitos en los valores descritos anteriormente.

De manera similar, las sociedades presentan grandes variaciones en sus niveles generales de violencia, y en los individuos que llevan a cabo acciones violentas o se abstienen de ello. Estos mismos argumentos se aplican para prácticamente todos los demás aspectos del comportamiento social, desde el prejuicio hasta la ayuda: las acciones son llevadas a cabo por, y los pensamientos ocurren en la mente de los individuos. Debido a este hecho básico, en Psicología y Sociedad el foco está directamente en los individuos. Por supuesto, los profesionales se dan cuenta de que no existimos aislados de las influencias sociales y culturales (nada más lejos de ello). Pero el mayor interés de la disciplina reposa en el entendimiento de los factores que modelan acciones y pensamientos de individuos humanos en escenarios sociales. Esto contrasta claramente con el campo de la Sociología.

La sociología estudia algunos de los mismos temas que la Psicología y Sociedad, pero no se preocupa del comportamiento y pensamientos de los individuos; antes bien, se orienta hacia grandes grupos de personas o hacia la sociedad en conjunto. Por ejemplo, tanto la psicología y sociedad como la Sociología estudian el tema de los crímenes violentos. Mientras los psicólogos expertos en esta área del conocimiento analizan los factores que hacen que

personas específicas se impliquen en dicho comportamiento, los sociólogos están interesados en comparar tasas de crímenes violentos en los distintos segmentos de una sociedad dada (por ejemplo, grupos con ingresos altos y bajos), o comparar estas tasas en varias sociedades distintas. En suma, el objetivo de la Línea de Investigación Asociada de Psicología y Sociedad mediante el uso de métodos científicos, y tiene muy en cuenta que comportamiento y pensamiento sociales están bajo la influencia de un amplio espectro de factores sociales, cognitivos, ambientales, culturales y biológicos.

De esta forma en el presente tópico, abordaremos la Línea de Investigación Asociada de Psicología y Sociedad en la justificación, donde se explicarán los beneficios teóricos, prácticos y metodológicos, la conceptualización de la línea indicando la gestión, procesos y organización, con el fin de integrarla como línea y para qué en el proceso de investigación en la sociedad. A fin de explicar los objetivos de la Línea de Investigación Asociada, desde su objetivo general y específicos. Posteriormente, la fundamentación teórica que guían la de línea de investigación asociada, describiendo claramente el panorama global (completo) de las teorías que abordan el tema y las principales evidencias teóricas-empíricas existentes en la literatura nacional e internacional. Indicando las dimensiones investigativas; Dimensión Ontológica, Dimensión Epistemológica y Dimensión Metodológica. Con la visión de indicar las áreas temáticas a desarrollar por el investigador.

Justificación

Como señalan Baron y Byrne (2005), dar una definición formal de casi cualquier disciplina es una tarea compleja y al conceptualizar la Línea de Investigación Asociada Psicología y Sociedad, dicha dificultad aumenta por dos factores: su amplio espectro y su rápida velocidad de cambio. Entender

cómo y por qué los individuos se comportan, piensan y sienten en situaciones sociales que involucran a otras personas (reales o imaginarias) es el foco de interés de muchos profesionales vinculados a la Psicología Social. En respuesta a este hecho, se puede definir el ámbito de la psicología y la sociedad como un espacio de indagación científica que busca entender la naturaleza y las causas del comportamiento y del pensamiento individual en situaciones sociales Baron y Byrne, (2005).

La Psicología y Sociedad como ámbito disciplinar está profundamente comprometida a entender la naturaleza del comportamiento y del pensamiento social desde una orientación científica, siguiendo valores como la objetividad, la exactitud y la ausencia de prejuicios y usando diversos métodos. En la línea de investigación Psicología y Sociedad el foco está directamente en los individuos, el mayor interés reposa en el entendimiento de los factores que modelan las acciones y los pensamientos de individuos humanos en escenarios sociales. Dejando fuera del foco de interés los estudios que se orientan hacia grandes grupos de personas o hacia la sociedad en conjunto. En suma, el propósito de la Línea de Investigación Asociada de Psicología y Sociedad es generar conocimiento acerca de la influencia de un amplio espectro de factores sociales, cognitivos, ambientales, culturales y biológicos en el comportamiento y pensamiento sociales a través del uso del método científico.

A continuación, se abordará la justificación de la Línea de Investigación Asociada de Psicología y Sociedad en donde se explicarán los beneficios teóricos, prácticos y metodológicos. Posteriormente, se desarrollará la fundamentación teórica que guía la línea de investigación asociada, describiendo claramente el panorama global de las teorías que abordan el tema y las principales evidencias teóricas-empíricas existentes en la literatura nacional e internacional. Indicando finalmente las dimensiones investigativas;

Dimensión Ontológica, Dimensión Epistemológica y Dimensión Metodológica. Finalmente, se indicarán las áreas temáticas a desarrollar por el investigador.

Las bases sociales del comportamiento humano constituyen uno de los ejes principales en la comprensión de la psique. La línea Psicología y Sociedad cumple un rol muy importante debido a que, se ocupa de las interacciones entre los individuos y las comunidades, promoviendo siempre una mejora en la calidad de vida; como se mencionó su propósito es, estudiar los factores psicosociales que influyen en el comportamiento y pensamiento sociales y permiten desarrollar y fomentar acciones que los individuos pueden ejercer sobre su ambiente individual y social, para solucionar problemas que los aquejan y lograr cambios en esos ambientes y en la estructura social.

Por consiguiente, la línea asociada Psicología y Sociedad se enfoca principalmente en la prevención de los problemas psicosociales, el desarrollo integral del individuo y de la comunidad. En este sentido, se beneficiarían a las comunidades y grupos sociales ya que se estaría promoviendo la formación y desarrollo de agentes de cambio, la formación de líderes, la cohesión y conformación de grupos efectivos, la participación en actividades de autogestión y el desarrollo de competencias sociales como: la negociación, la toma de decisiones y el manejo efectivo de recursos psicosociales (Morales, 2020). En relación al desarrollo integral del individuo para lo cual es necesaria la detección de potencialidades y cambios en los modos de enfrentar la realidad, de interpretarla y de reaccionar. Las acciones beneficiarían a diversos actores y contextos como: el contexto educativo, profesores y estudiantes de diversos niveles y modalidades de la educación, los medios de comunicación, las redes sociales, la familia, la cultura y en general el entorno social.

En cuanto al aspecto metodológico, la línea asociada Psicología y Sociedad se plantea el desarrollo de técnicas y procedimientos que permitan la aproximación al estudio de la interdependencia entre el individuo y la sociedad. A nivel práctico, la relevancia radica en el proceso a través del cual los investigadores consolidan sus competencias para la realización de diagnósticos, la formulación, y ejecución de proyectos de intervención dirigidos a la prevención y abordaje de problemáticas psicológicas en un o diversos contextos de la sociedad.

Definición Conceptual

La psicología es la ciencia que estudia la conducta, comportamientos y los procesos mentales de los individuos y grupos sociales, con el fin de describir, explicar, predecir y controlar su objeto de estudio. Está enfocada principalmente en el análisis de la mente y las experiencias humanas a partir del estudio fundamentado en diversas teorías y perspectivas metodológicas que se dedican al empleo de métodos científicos apropiados al estudio para figurar como un objeto de estudio de comprensión y análisis de la conducta humana y sus diferentes motivaciones psíquicas.

Según Sos (2015), “La psicología es una disciplina del conocimiento dedicada a la producción de ideas, instrumentos, métodos y procedimientos de acción e intervención que tratan sobre lo psicológico y sobre los fenómenos del comportamiento y la experiencia humana. Intenta explicar el comportamiento en sentido integral y en sus diferentes contextos, para predecir y controlar la conducta del sujeto”.

La psicología aborda una amplia gama de procesos y fenómenos entre ellos el pensamiento, el juicio, la percepción, la inteligencia, la motivación, la atención, la conciencia y la inconsciencia. Así mismo, la psicología estudia las

complejas interacciones entre el individuo, su comunidad, sociedad y cultura. Aborda entonces la conducta de los individuos de forma grupal e individual y la interrelación entre sus creencias, motivaciones, conflictos psíquicos y los procesos sociales que le afectan.

La sociedad para la Sociología, se concibe como una dimensión que agrupa las relaciones ínter humana en la que todos dependen de todos, y en la cual el todo subsiste gracias a la unidad de las funciones asumidas por los copartícipes, donde cada individuo es determinado por la pertenencia al contexto en su totalidad.

Según Giddens (1999), conceptualizan a la sociedad como un grupo de personas que vive en un territorio determinado, sometido a un sistema común de autoridad política y que es consciente de poseer una identidad que lo distingue de otros grupos. Algunas sociedades, como las de cazadores y recolectores, son muy pequeñas. Otras, como las sociedades industriales, son muy numerosas.

Desde este sentido en el Diccionario enciclopédico ilustrado (1997) se define sociedad como “Reunión de personas, familias, pueblos o naciones. Agrupación de individuos con el objetivo de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o algunos de los fines de la vida.”

Según el autor Franzoi (2000) principalmente entre todas las ramas de la psicología la psicología social busca comprender y explicar cómo el pensamiento, el sentimiento y la conducta de las personas individuales resultan influidos por la presencia real, imaginada o implícita de otras personas, (p. 6). Esta definición pone el énfasis en la relación de la persona con su entorno social. Los procesos psicológicos de las personas individuales (pensamiento, sentimiento, conducta) no tienen lugar en un vacío social, ya que siempre habrá otras personas. presentes a veces físicamente y, en otras

ocasiones, de manera imaginada o, incluso, implícita. El nexo de unión entre la persona individual y los otros es el proceso de influencia de estos últimos sobre la primera.

Se concibe a la línea asociada Psicología y Sociedad entonces como un espacio de indagación científica que busca entender la naturaleza y las causas del comportamiento y del pensamiento individual en situaciones sociales y con ello fomentar acciones que los individuos pueden ejercer sobre su ambiente individual y social, para solucionar problemas que los aquejan y lograr cambios en esos ambientes y en la estructura social. Esta línea de investigación nace de una práctica transformadora, se alimenta de bases teóricas para la elaboración de un modelo teórico integrador, ajustado a la particular realidad que lo determina y usa una metodología basada en la acción y la participación mediante el estudio de los grupos sociales.

Por lo anterior expuesto la línea de Psicología y Sociedad se caracteriza por la unión de dos variables que guardan relación y suponen la práctica de diferentes métodos científicos dedicados al estudio y análisis crítico de la psicología dentro de los diversos grupos sociales. Así mismo busca promover profesionales de la psicología que tengan la capacidad para cambiar positiva y profundamente, contribuyendo al logro del equilibrio, situaciones problemáticas de caracteres individuales, colectivos o sociales. Generen impacto en temas que tengan que ver con la relación individuo y sociedad con el fin de generar cambio social.

Palabras claves: Psicología, Sociedad, Familia, Comunidad, Desarrollo.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Psicología y Sociedad particular.
2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Psicología y Sociedad mediante publicaciones, disertaciones y congresos.
3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Psicología y Sociedad.
4. Producir material bibliográfico línea de investigación asociada Psicología y Sociedad bajo pautas propias, o por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes.

Fundamentación Teórica

Desde una perspectiva clásica, Ross y Nisbett (1991), plantean que en la conjunción entre la Psicología y la Sociedad los investigadores buscan explicar la conducta de los sujetos mediante tres elementos: la situación, la representación que la persona tiene de dicha situación y las tensiones entre los sistemas socioculturales y psicológicos.

De esta manera los autores citados indican que:

- a) La conducta social se debe explicar, primero, por las influencias de la situación o posición social del sujeto, a menudo sutiles e inconscientes (Ross y Nisbett, 1991). En este sentido, dicha conducta es tributaria de las máximas marxistas: "es la existencia del hombre la que determina su conciencia" y "el hombre hace la historia, pero en condiciones que él no elige, heredadas del pasado" (Merton, 1948 citado en Páez, 2004). Este énfasis en lo situacional, se asocia generalmente a un rechazo de las explicaciones personalógicas basadas en la estructura de la personalidad o en las diferencias individuales.

- b) Simultáneamente, la conducta social se explica por la representación subjetiva que el sujeto tiene de la situación. En otros términos, se acepta la importancia de la dimensión subjetiva de la influencia situacional: las personas actúan en función de la definición o de la representación que tienen del contexto en que aquella se realiza (Ross y Nisbett, 1991).
- c) Un tercer aspecto importante de la explicación psicosocial proviene de Lewin, y plantea que la conducta social es un efecto de sistemas en estado de tensión. La estructura social y la cultura van a determinar la posición situacional y el contenido de la representación subjetiva. Además, van a presentar tendencias opuestas que actúan simultáneamente. Los contextos socioculturales son dinámicos, los estados de equilibrio pueden depender de la coexistencia de elementos opuestos que se contrabalancean y evolucionan (Páez, 2004).

Por lo tanto, desde la línea de investigación Psicología y Sociedad, se abordan las explicaciones psicosociales que incluyen la interrelación entre la situación, las representaciones de los individuos y las tensiones existentes entre la estructura social y cultural y las representaciones subjetivas.

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

Esta dimensión se refiere a los fines últimos que justifican el quehacer del investigador; es decir, al para qué hacer investigación. En general una línea de investigación busca generar aportes en el conocimiento, en el caso de la Psicología y Sociedad dichos conocimientos se refieren a la influencia de un amplio espectro de factores sociales, cognitivos, ambientales, culturales y biológicos en el comportamiento y pensamiento sociales. Además, en esta línea se plantean como metas fundamentales, describir, explicar, comprender e interpretar la compleja interrelación entre el individuo y sus representaciones con sus ambientes sociales, comunitarios y culturales.

Dimensión Ontológica

La dimensión ontológica se refiere a la naturaleza del fenómeno u objeto de estudio; en la línea asociada Psicología y Sociedad se concibe la interrelación entre el individuo y los hechos sociales como dados externamente, por lo tanto el investigador debe descubrirlos y

develarlos; y a su vez son considerados como contruidos desde la subjetividad de los protagonistas, por lo que es necesario interpretar tales fenómenos y adentrarse en los significados atribuidos a ellos por quienes están inmersos en la situación social particular.

Dimensión Epistemológica

Este aspecto se refiere al desarrollo del conocimiento alude a la relación entre quien conoce y lo que puede ser conocido. La acción de investigar en la línea Psicología y Sociedad se fundamenta epistemológicamente en el contacto intencional, relacional y comprensivo, entre personas. Este puede ser mediado instrumentalmente a través de las respuestas que da en una prueba, test, o cuestionario; o puede ser directo, en la relación cara a cara. Se plantea una posición amplia en cuanto a la selección de las aproximaciones a la investigación.

Dimensión Metodológica

La dimensión metodológica se refiere a una serie de elementos y fases ordenados que deben seguirse para obtener lo significativo de los hechos estudiados. Es relevante que la base metodológica se vincule coherentemente con la dimensión ontológica y la dimensión epistemológica. En cuanto al planteamiento de un método o enfoque metodológico para la línea de investigación se plantea que no existe ni un método único o un consenso entre los expertos respecto de la escogencia del mejor método. A nivel metodológico se pueden plantear proyectos desde diseños de investigación descriptivo, correlacional, experimental, observación naturalista, estudio de casos, encuesta, entre otros.

Proyectos de Investigación

Temas propuestos y Proyectos específicos:

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Psicología y Sociedad, deberá aplicar investigaciones en las áreas temáticas de:

- ✓ Acoso sexual.
- ✓ Actitudes.
- ✓ Adicciones.

- ✓ Afectiva maternidad.
- ✓ Agresión.
- ✓ Altruismo.
- ✓ Apego.
- ✓ Aprendizaje centrado en el estudiante.
- ✓ Atracción.
- ✓ Autoestima.
- ✓ Bases biológicas de la conducta humana.
- ✓ Bases biológicas del comportamiento.
- ✓ Buenas prácticas vinculadas a la ciudadanía.
- ✓ Bullying.
- ✓ Características de personalidad.
- ✓ Cognición social.
- ✓ Colectividad.
- ✓ Competencia.
- ✓ Comportamientos machistas.
- ✓ Comprensión lectora.
- ✓ Compromiso parental.
- ✓ Comunicación.
- ✓ Comunidad y comunicación humana.
- ✓ Comunidades.
- ✓ Concepciones.
- ✓ Conciencia colectiva.
- ✓ Conformidad.
- ✓ Consecuencias psicológicas.
- ✓ Construcción del aprendizaje.
- ✓ Creencias.
- ✓ Cultura de paz.
- ✓ Cultura y desarrollo.

- ✓ Desarrollo aprendizaje.
- ✓ Desarrollo e inclusión de género.
- ✓ Desarrollo humano en distintas culturas.
- ✓ Desarrollo psicosexual.
- ✓ Desarrollo socioemocional.
- ✓ Desobediencia.
- ✓ Discriminación.
- ✓ Educación intercultural.
- ✓ Efectos psicológicos producidos por la pandemia.
- ✓ Entorno familiar.
- ✓ Estereotipos
- ✓ Estilos de aprendizaje.
- ✓ Estrategias de intervención.
- ✓ Estrés académico.
- ✓ Ética.
- ✓ Expectativas.
- ✓ Factores psicológicos que inciden en la prevención social.
- ✓ Felicidad de los docentes.
- ✓ Género.
- ✓ Gestión del riesgo de violencia.
- ✓ Grupos sociales.
- ✓ Habilidades psicosociales de aprendices.
- ✓ Habilidades sociales.
- ✓ Herramientas de psicoeducación.
- ✓ Homogeneidad.
- ✓ Identidad social.
- ✓ Identidad.
- ✓ Ideología política.
- ✓ Impacto emocional de las redes sociales.

- ✓ Inclusión educativa.
- ✓ Indicadores de conflicto emocional.
- ✓ Inteligencia intrapersonal e interpersonal.
- ✓ Intervención psicoeducativa estratégica.
- ✓ Intervención psicoeducativa.
- ✓ Manejo de bullying
- ✓ Movimientos sociales.
- ✓ Obediencia.
- ✓ Orientación sexual.
- ✓ Participación ciudadana y comunitaria.
- ✓ Patrones de conducta.
- ✓ Patrones de crianza.
- ✓ Percepción social.
- ✓ Persuasión.
- ✓ Políticas sociales con relación a: salud sexual, equidad, no violencia de género y por orientación sexual
- ✓ Prejuicios.
- ✓ Prevención de conflictos.
- ✓ Proceso de enseñanza – aprendizaje.
- ✓ Procesos identificación.
- ✓ Procesos políticos y electorales.
- ✓ Procrastinarían académica.
- ✓ Psicoeducación.
- ✓ Psicología de las relaciones interculturales.
- ✓ Psicología del desarrollo.
- ✓ Psicología forense y penitenciaria.
- ✓ Psicología social digital.
- ✓ Psicología social.
- ✓ Rasgos de personalidad.

- ✓ Reincidencia delictiva.
- ✓ Relaciones intergrupales.
- ✓ Relaciones sociales.
- ✓ Rendimiento escolar.
- ✓ Retos actuales de la educación.
- ✓ Retroalimentación formativa.
- ✓ Roles sociales.
- ✓ Rumiación.
- ✓ Seguimiento emocional.
- ✓ Socialización.
- ✓ Solidaridad.
- ✓ Tecnologías aplicadas en la educación.
- ✓ Tecnologías innovadoras para aplicar en psicología.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Valores.
- ✓ Violencia de género.
- ✓ Violencia en el contexto penitenciario personalidad.
- ✓ Violencia por sexo.
- ✓ Violencia social.

Referencias

- Baron, R. y Byrne, P. (2005) **Psicología Social**. Pearson Educación S.A
- Javaloy, R. Espelt, M. y Rodríguez E. (2007). **Comportamiento Colectivo y Movimientos Sociales en la Era Global**. Psicología social, 3ra edición. (pp. 641-691). España: Mc Graw Hill.
- Montero, A. (2004). **Introducción a La Psicología Comunitaria. Desarrollo, Conceptos Y Procesos**. Editorial Paidós. Buenos Aires. Argentina.
- Navarro, F. (2012). **Psicología Social. Temas, Teorías Y Aplicaciones**. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Departamento de Psicología, Universidad de Antioquia, Colombia.

Páez, R. (2004). El objeto de estudio de la Psicología Social. En **Psicología Social Cultura y Educación**. (Ed) Zubieta, E., Ubillos, S., Fernández, J., y Páez, D. Pearson. Madrid

Rodríguez, W (2012). **Psicología Social**. Red Tercer Milenio S.C. Estado de México.

Myers, D. y Twenge, R. (2019). **Psicología Social**. 13a Edición. Publicado por McGraw-Hill Global Education Holdings, LLC. Ciudad de México.

Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación**. Venezuela. Disponible en:
<https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ASOCIADA PSICOLOGÍA Y SALUD



AUTORAS:

Lcda. Mary Díaz, Esp.
Lcdo. Edgar Sojo.

Introducción

La Línea de Investigación Asociada de Psicología y Salud, a nivel sanitario y el modelo biomédico, dio paso al modelo biopsicosocial, en el que cobra relevancia la consideración de los factores psicológicos, sociales y culturales que, aunados a los aspectos biológicos, inciden en la enfermedad, el tratamiento y la salud en general. Es innegable que el bienestar está profundamente influenciado por el comportamiento, las ideas y las relaciones sociales. Por ello surgió un gran interés desde diversas disciplinas de la Psicología por temáticas asociadas a la salud y en 1978 se forma la división

de Psicología de la Salud de la *American Psychological Association* (APA) (Oblitas, 2008).

El estudio de los procesos psicológicos vinculados a la salud y la enfermedad, pasa por indagar acerca de los hábitos, estilos de vida y otras variables psicológicas, los comportamientos de riesgo; así como la eficacia de tratamientos y técnicas como la modificación de conducta y finalmente la búsqueda de mejoras en la atención sanitaria (Oblitas, 2008).

En la Universidad Bicentenario de Aragua desde la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se concibe la investigación como un aporte social, es decir, se plantea crear la cultura y el ejercicio de la investigación como una contribución a nuestras comunidades. De manera que, se generen proyectos con pertinencia social en diversos contextos: institucional, local, regional y nacional.

La línea de investigación Psicología y Salud se propone desarrollar proyectos y productos de investigación referidos a la interacción entre los procesos psicológicos y de comportamiento con la salud y la enfermedad; así como la aplicación de los conocimientos obtenidos por la psicología a la promoción de la salud, y a la prevención y tratamiento de la enfermedad, los problemas relacionados con el cuidado del paciente en fase terminal y la muerte, y las circunstancias interpersonales que se presentan en los profesionales que prestan servicios de salud a la población.

Justificación

A nivel de la salud el modelo biomédico dio paso al modelo biopsicosocial, en el que cobra relevancia la consideración de los factores psicológicos, sociales y culturales que, aunados a los aspectos biológicos, inciden en la

enfermedad, el tratamiento y la salud en general. La Línea de Investigación Asociada Psicología y Salud, es innegable que el bienestar está profundamente influenciado por el comportamiento, las ideas y las relaciones sociales.

Este ámbito de indagación científica es relevante porque en el campo de la salud, los aspectos psicológicos juegan un papel importante; además las variables de tipo conductual como el estilo de vida y los hábitos no saludables son las causas de los principales padecimientos de salud a nivel mundial como se ha mencionado. Así mismo, es innegable la incidencia de variables psicológicas como el estrés en el desarrollo de enfermedades infecciosas y en la gravedad de padecimientos degenerativos crónicos, sin mencionar la influencia de las variables psicológicas en la adherencia al tratamiento.

Aunado a esto, se tiene que los servicios de salud abarrotados de personas con diversos padecimientos y un sistema de salud con graves dificultades para dar respuesta a las diversas exigencias; por ello, indagar en las variables intra e interpersonales de los profesionales de la salud y contribuir con un mejor cuidado hacia el paciente; además de cooperar en la conservación de la salud mental de los profesionales de la salud también es importante.

Los aspectos descritos permiten afirmar que el desarrollo de investigaciones en el campo de intersección entre la Psicología y la Salud es beneficioso para la población en general y útil para los contextos particulares en los que se desarrolle la indagación. El trabajo investigativo podría beneficiar directamente a los pacientes enfermos y las familias que son atendidos en los distintos servicios clínicos y en las instituciones hospitalarias. Así como a los estudiantes y profesionales de las distintas áreas de la salud, con respecto a los aspectos psicológicos que inciden en el proceso salud-enfermedad y en el vínculo asistencial. Y a nivel institucional se pueden beneficiar al abordar

temas de vinculados al cuidado humanizado o a la satisfacción o insatisfacción de los pacientes y los trabajadores de la salud con los servicios y características de la institución. Además de un impacto general en la población al abordar aspectos vinculados a la prevención.

Otro aspecto que hace a esta línea relevante es la posibilidad de diseñar, adaptar, validar y aplicar instrumentos de evaluación psicológica que pueden ser útiles en el desarrollo de investigaciones en otras áreas. Finalmente, toda investigación genera conocimiento que permite ampliar el cuerpo teórico de la ciencia, en este caso de la ciencia psicológica; por lo que se plantea que la línea asociada Psicología y Educación podría realizar contribuciones en el desarrollo, ampliación o validación de modelos teóricos en dicho campo.

Definición Conceptual

La psicología se trata del estudio de la mente y el comportamiento. Es una disciplina científica diversa que comprende varias ramas principales de investigación, así como varias subáreas de investigación y psicología aplicada. La investigación implica observación, experimentación, pruebas y análisis para explorar los procesos o estímulos biológicos, cognitivos, emocionales, personales y sociales que subyacen al comportamiento humano o animal. Por otro lado, Wilhelm Wundt, consideraba a la psicología como ciencia para analizar los pensamientos conscientes y los procesos sensoriales, y las relaciones entre ellos a través de la introspección.

Brevemente, cuando se habla de salud, se entiende que esta “es una continua interacción armónica, orgánica y funcional, entre el hombre y su medio, y se considera al proceso salud-enfermedad como una unidad dialéctica donde la lucha de contrarios y la solución de las contradicciones

produce el desarrollo humano y de la sociedad”, según el libro de medicina general Integral, Edit. Ciencias Médicas, La Habana 1985.

Dicho esto, cuando se habla de la línea Psicología y Salud se hace referencia al estudio de los componentes subjetivos del proceso salud-enfermedad y de la atención a la salud que lleva a analizar las conductas y los estilos de vida que influyen directamente en la salud física, biológica y mental y en los aspectos que intervienen en la prestación de servicios de salud. En esta línea de investigación busca generar estudios que aumenten las ya relevantes contribuciones de la psicología a la mejora de la salud, a la prevención y tratamiento de enfermedades y a la identificación de factores de riesgo para la salud.

Realizar investigación en Psicología de la Salud en la atención primaria, implica el abordaje investigativo de temas prioritarios como: la salud de los niños, adolescentes, adultos y adultos mayores, también involucra el diseño de intervenciones de carácter educativo que fomenten la reflexión, la participación y la autogestión de la salud. Con respecto a la atención secundaria se indagarán acerca de los aspectos psicológicos que inciden en el proceso salud-enfermedad y en el vínculo asistencial. La participación en los equipos multidisciplinarios que estudian las situaciones de los pacientes enfermos y la acción institucional; así como la satisfacción o insatisfacción de los pacientes y los trabajadores de la salud.

A la línea Psicología y Salud le interesan todos los aspectos psicológicos que intervienen en la determinación del estado de salud, en el riesgo de enfermar, en la condición de enfermedad y en la recuperación, así como las circunstancias interpersonales que se manifiestan en la prestación de servicios de salud a la población. En el plano práctico se expresa en un modelo que incluye acciones útiles para la promoción de salud, la prevención de

enfermedades, la atención de los enfermos y las personas con secuelas, y la adecuación de los servicios de salud a las necesidades de la población (Martín 2003).

Palabras clave: Psicología, Salud, Psicopatología, Clínica, Ciencia.

Objetivos

1. Generar insumos teóricos, prácticos y metodológicos en torno al área de la línea de investigación asociada Psicología y Salud particular.
2. Difundir conocimientos acerca de la línea de investigación asociada Psicología y Salud mediante publicaciones, disertaciones y congresos.
3. Presentar las fuentes bibliográficas que sirven de fundamento al desarrollo de la línea de investigación asociada Psicología y Salud.
4. Producir material bibliográfico línea de investigación asociada Psicología y Salud bajo pautas propias, o por vía de creación original o por detección y procesamiento de documentos ya existentes.

Fundamentación Teórica

Los dos grandes modelos teóricos que sustentan la Psicología de la Salud son el Modelo Biomédico y el Modelo Biopsicosocial. El primero se basa en la premisa que los problemas de salud son generados por factores biológicos, dejando de lado la influencia de los factores psicológicos y sociales y se caracteriza por el rol activo del profesional de la salud y el rol pasivo del paciente (Guillamon, s.f.). El aumento en la esperanza de vida y el aumento en la incidencia de las enfermedades crónicas, además de la evidencia creciente que avala la relación que existe entre comportamiento, salud y enfermedad (Oblitas, 2008); han propiciado el cambio de enfoque hacia un modelo más integrador, el modelo biopsicosocial, que se basa en la premisa

de que la interacción de los factores biológicos, psicológicos y sociales, es el determinante principal de la salud y la enfermedad (Guillamon, s.f.).

Los modelos teóricos clásicos en psicología como el psicoanálisis, han generado contribuciones relevantes en la confluencia entre las áreas de Psicología y Salud como la de Hoyos, Duvaltier y Giraldo (2003) desde una perspectiva psicoanalítica, intentaron responder a la pregunta ¿cuáles son los factores psíquicos que pueden incidir en que los sujetos se resistan a los propósitos de los programas de promoción y prevención en salud? E indican que en la clínica médica se evidencia que no todos los pacientes se acogen al ideal de salud y que en muchos de ellos se hace palpable más bien el objetivo de instalarse cómodamente en la enfermedad (Hoyos, Duvaltier y Giraldo, 2003). En la línea asociada Psicología y Salud se plantea una amplitud teórica que permita la comprensión de la interacción entre los procesos psicológicos y de comportamiento con la salud y la enfermedad desde diversas perspectivas

Existen otros planteamientos teóricos más específicos que abordan aspectos particulares del vínculo Psicología y Salud como: el Modelo de Creencias de Salud de Rosenstok, este tipo de modelos explican la conducta saludable como una función del vínculo entre la amenaza percibida de la enfermedad y los beneficios esperados con la conducta recomendada, las barreras percibidas y las acciones o estrategias desplegadas para activar la disposición a actuar (Moreno & Gil, 2003).

Otra vertiente muy discutida es la que se refiere a los modelos salutogénicos, que sustentan la tendencia a la salud a partir de la elaboración de recursos personales que se convierten en inmunógenos psicológicos, que permiten desarrollar estilos de vida minimizadores del estrés y el desarrollo de competencias para enfrentarse de una manera activa y positiva a situaciones

de la vida, con inclusión de la propia enfermedad (Moreno & Gil, 2003). Entre estos se encuentra el Modelo de Resistencia Personal, el de Sentido de Coherencia, el Modelo del Optimismo y el novedoso Concepto de Resiliencia (Moreno & Gil, 2003).

Aproximación Metodológica

Dimensión Teleológica

La dimensión teleológica implica indagar en el sentido último de la realidad, de la vida o de los seres. Aquí caben las siguientes preguntas ¿Cuál es el fin de indagar acerca de interacción entre los procesos psicológicos y de comportamiento con la salud y la enfermedad? ¿Para qué hacerlo? Los propósitos de las ciencias de la salud han evolucionado debido en parte a los cambios en los procesos sociales en los que la práctica de los servicios de salud está inmersa, además del aumento del conocimiento médico, de las mejoras en las tecnologías y los cambios en las expectativas culturales y morales han implicado cambios en los fines de estas disciplinas. Establecer mejores prácticas a nivel de prevención e intervención que promuevan la salud en general y disminuyan el sufrimiento de las personas, las familias y las comunidades sería el fin hacia el que se dirige desde los preceptos de la bioética la línea de investigación asociada Psicología y Salud.

Dimensión Ontológica

En la dimensión ontológica se pretende dar respuesta a la siguiente interrogante ¿Cuál es la forma y naturaleza de la realidad? (Usher, 2006) En la línea Psicología y Salud se concibe la realidad como un sistema complejo que solo puede ser parcialmente conocido y estudiado, a través de recortes realizados por el investigador (Usher, 2006). Los componentes subjetivos del proceso salud-enfermedad y de la atención a la salud, las conductas y los estilos de vida que influyen directamente en la salud física, biológica y mental y los aspectos que intervienen en la prestación de servicios de salud; son precisamente ese sistema, ese recorte que en definitiva es una construcción conceptual que reúnen los campos de estudio más significativos para la línea Psicología y Salud. Este sistema funciona como una totalidad, pero alude a tres subsistemas que se relacionan de manera compleja entre sí.

Dimensión Epistemológica

La dimensión epistemológica alude a la naturaleza de la relación entre el que conoce y lo que puede ser conocido. Al abandonar el modelo médico, también se abandona la clásica concepción del conocimiento científico objetivo, a histórico y que resulta de la aplicación de reglas metodológicas impersonales (Usher 2006). Para plantearse una relación dialéctica entre el investigador en la línea Psicología y Salud y el sistema estudiado. De manera que el investigador en este ámbito se define en su interacción con el estudio de las contribuciones de la psicología a la mejora de la salud, a la prevención y tratamiento de enfermedades y a la identificación de factores de riesgo para la salud. De manera que la construcción del conocimiento en el ámbito de la Psicología y la Salud son inseparables de los mecanismos con lo que se desarrollan (Usher,2006).

Dimensión Metodológico

Esta dimensión implica los pasos que le permiten al investigador acceder al conocimiento científico, las formas de aproximación al fenómeno. Las herramientas metodológicas permiten organizar los datos obtenidos de la experiencia, de esos aspectos del sistema establecidos por el investigador. En la línea Psicología y Salud se aboga por una amplitud metodológica en la que se dé lugar a la metodología experimental, participativa, cualitativa, basadas en investigación acción, correlacionales, entre otras. Así mismo, se está consciente que por la complejidad del objeto de estudio de esta línea se requieren en ocasiones metodologías interdisciplinarias para el abordaje de ciertos problemas de investigación.

Proyectos de Investigación

Temas propuestos

Los investigadores e investigadoras adscritos a la Línea de Investigación Asociada de Psicología y Salud, deberá aplicar investigaciones en las áreas temáticas de:

- ✓ Abuso y negligencia.
- ✓ Abuso sexual contra la infancia.
- ✓ Alimentación saludable.
- ✓ Anorexia.
- ✓ Ansiedad.
- ✓ Ataques de pánico.

- ✓ Autismo.
- ✓ Conductas de riesgo.
- ✓ Consumo de sustancias.
- ✓ Consumo de pornografía.
- ✓ Counseling.
- ✓ Depresión.
- ✓ Depresión postparto.
- ✓ Deterioro cognitivo.
- ✓ Disforia de género.
- ✓ Duelo, evaluación e intervención.
- ✓ Duelo complicado.
- ✓ Educación sexual.
- ✓ Envejecimiento activo.
- ✓ Esquizofrenia.
- ✓ Estereotipo de género.
- ✓ Estilos de crianza.
- ✓ Estilos parentales.
- ✓ Estilos de vida saludable.
- ✓ Estilo de vida marital.
- ✓ Estrés Postraumático.
- ✓ Fobias.
- ✓ Humanización del cuidado.
- ✓ Imagen corporal.
- ✓ Infertilidad.
- ✓ Lenguaje, desarrollo y trastornos.
- ✓ Logoterapia.
- ✓ Menopausia y climaterio.
- ✓ Mindfulness.
- ✓ Obesidad.

- ✓ Orientación sexual.
- ✓ Parafilias.
- ✓ Personalidad, rasgos, evaluación, trastornos.
- ✓ Procrastinación.
- ✓ Psicosis.
- ✓ Reproducción asistida.
- ✓ Resiliencia.
- ✓ Salud Física.
- ✓ Salud mental.
- ✓ Salud sexual y reproductiva.
- ✓ Síndromes geriátricos.
- ✓ Síndrome premenstrual.
- ✓ Sobrepeso.
- ✓ Sueño.
- ✓ Suicidio.
- ✓ Tanatología.
- ✓ Terapia breve estratégica.
- ✓ Terapia conductual.
- ✓ Terapia cognitiva conductual.
- ✓ Terapia familiar.
- ✓ Terapia Gestalt.
- ✓ Terapia Neuropsicológica.
- ✓ Trastorno bipolar.
- ✓ Terapia Psicodinámica.
- ✓ Terapia Sistémica Familiar.
- ✓ Trastornos de la alimentación.
- ✓ Trastornos del comportamiento disruptivo.
- ✓ Trastornos del distrés corporal.
- ✓ Trastornos del estado del ánimo.

- ✓ Trastornos de la excreción.
- ✓ Trastornos del neurodesarrollo.
- ✓ Trastornos disociativos.
- ✓ Trastornos neurocognitivos.
- ✓ Trastornos Obsesivo-compulsivo.
- ✓ Trastornos de Personalidad.
- ✓ Trastornos Psicóticos.
- ✓ Trastornos relacionados con el consumo de sustancia.
- ✓ Trastorno de síntomas somáticos.

Referencias

- Guillamon, T. (s.f.). **Modelos Teóricos y Técnicas de Intervención en Psicología Clínica y de la Salud**. Universitat Oberta de Catalunya
- Martín, H. (2003). **Aplicaciones de la Psicología en el Proceso de Salud y , Enfermedad**. Revista Cubana de Salud Pública, 29 (3). Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662003000300012
- Moreno, F. y Gil, W. (2003). **El Modelo de Creencias de Salud: Revisión Teórica, Consideración Crítica y Propuesta Alternativa. I: Hacia Un Análisis Funcional de Las Creencias en Salud International**. *Journal of Psychology and Psychological Therapy*. 3 (1) 91-109. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/560/56030105.pdf>
- Morrison, L. y Bennett, J. (2008). **Psicología de la Salud**. PEARSON EDUCACIÓN, S.A., Madrid, España. Disponible en: https://www.academia.edu/36361288/Psicolog%C3%ADa_de_la_salud
- Oblitas, G. (2008). **Panorama de la Psicología de la Salud**. *Revista Psicología Científica.com*. 10(1). Disponible en: <http://www.psicologiacientifica.com/psicologia-de-la-salud-panorama>.
- Universidad Bicentenario de Aragua (2022). **Líneas de Investigación**. Venezuela. Disponible en: <https://es.calameo.com/books/004347457a1bf50a80506>

Ussher, O. (2006) **El objeto de la Psicología Comunitaria desde el Paradigma Constructivista**. *Psicología para América Latina* (5). Disponible en:
http://pepesic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2006000100000&lng=pt&lng=pt.



UNIVERSIDAD
BICENTENARIA

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN ASOCIADAS

Facultad de Ciencias
Administrativas y Sociales

¡SUEÑA, HAZ QUE SUCEDA!



ISBN: 978-980-6508-57-6



9 789806 508576