

**MEMORIA METODOLOGICA**

Estrategias para la función comunicacional del contador público

**AUTORES**

ALEXANDRA RUIZ BARRIENTOS

E-mail: [alexa923@gmail.com](mailto:alexa923@gmail.com)

VANESSA YEPES PARRA

E-mail: [vanesa\_0219@hotmail.com](mailto:vanesa_0219@hotmail.com)

JAVIER MEJIA AGUIRRE

E-mail: [javiermejiaa@hotmail.com](mailto:javiermejiaa@hotmail.com)

**ASESOR METODOLÓGICO**

CARLOS MARIO OSPINA ZAPATA

Docente Departamento de Ciencias Contables

Contador – U de A

E-mail: [noencuentroninguno@gmail.com](mailto:noencuentroninguno@gmail.com)

**ASESOR TEMÁTICO**

CARLOS EDUARDO CASTAÑO RIOS

Docente Departamento de Ciencias Contables

Universidad de Antioquia

Contador – U de A

E-mail: [carloscontaduria@gmail.com](mailto:carloscontaduria@gmail.com)

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABLES**

**MEDELLÍN**

**2011**

TABLA DE CONTENIDO

[1. PROBLEMA DE INVESTIGACION 3](#_Toc295464348)

[2. SURGIMIENTO DEL PROBLEMA 3](#_Toc295464349)

[3. RESPUESTAS TENTATIVAS 5](#_Toc295464350)

[4. LAS VARIABLES 6](#_Toc295464351)

[5. INSTRUMENTOS 8](#_Toc295464352)

[6. FUENTES DE INFORMACION 13](#_Toc295464353)

[7. FASES Y PROCEDIMIENTOS 14](#_Toc295464354)

[8. BREVE NARRACIÓN DE LAS RUTAS SEGUIDAS Y LAS DIFICULTADES DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO 15](#_Toc295464355)

[9. LECTURA Y ESCRITURA 16](#_Toc295464356)

[10. ASESORES IMPLICADOS EN EL ACOMPAÑAMIENTO 17](#_Toc295464357)

[11. CONCLUSIONES 18](#_Toc295464358)

[ANEXOS 19](#_Toc295464359)

[12. ANEXO 1: ACTAS 19](#_Toc295464360)

[13. ANEXO 2: RESULTADOS ENCUESTAS 21](#_Toc295464361)

[14. ANEXO 3: TABULACION DE ENCUESTAS 42](#_Toc295464362)

[15. ANEXO 4 : ANTEPROYECTO 49](#_Toc295464363)

# PROBLEMA DE INVESTIGACION

En la actualidad, el contador público se enfrenta a las diferentes necesidades de los usuarios de la información que él genera, siendo esta información utilizada con distintos fines, pero siempre centrándose en la práctica contable tradicional; es decir; el administrador requiere información específica acerca de la utilidad generada con el fin de presentársela a los socios; y por otra parte el estado requiere información sobre la determinación de los impuestos. Esto hace que el contador público sea considerado como un informador, es decir, un recopilador de datos y generador de información a partir de los registros contables.

Esta crisis de la profesión ha llevado al contador público a degradar su trabajo, debido a que no se le da la importancia suficiente a la información generada para la toma de decisiones. Dicha degradación consiste en que la información ofrecida por el sistema de información contable, no permite concebir una filosofía organizacional, con ésta no se pueden establecer objetivos, no brinda motivación a los usuarios y no da las herramientas suficientes para que los mismos entiendan la realidad circundante; Simplemente es una suma de datos estructurados con modelos estándares que no logran ser asimilados por los receptores de la información, de manera tal que les permita identificar variables determinantes para una toma de decisiones efectiva. Lo que deja entrever la falta de estrategias que determinen el rumbo a seguir para cumplir la función comunicacional de los contables. Motivo por el cual muchas empresas consideran al contador como un empleado para cumplir la regulación contable por parte del estado y no como una herramienta fundamental en la toma de decisiones.

Es aquí donde debemos cuestionarnos acerca del rol que juega el contador en la toma de decisiones; el cual según Juan Alberto García, 2010, “está en el asesoramiento que pueda brindar a la empresa,… y en que además de contador debe ser un asesor,… ya que de él depende en gran medida el crecimiento de la empresa, ayudando a que ésta pueda ser más competitiva…”

# SURGIMIENTO DEL PROBLEMA

A partir de nuestra experiencia académica hemos observado en algunas investigaciones y proyectos de aula que la función del contador debe ir más allá de la extracción de información y elaboración de estados financieros, ya que esta información por sí sola no brindaría una herramienta efectiva en la toma de decisiones. Por ende consideramos indispensable afianzar la función comunicacional del contador público para que el trabajo contable sea un apoyo eficaz a la toma de decisiones.

Es aquí donde surge nuestro cuestionamiento, ya que al tener la oportunidad de acercarnos al medio laboral hemos notado que el contador no está logrando ir más allá del simple cumplimiento de las exigencias de los usuarios y de las regulaciones legales.

Por otra parte, aunque hablar de la función comunicacional del contador público es reciente en investigaciones, hemos encontrado algunos trabajos acera del tema, entre los que se encuentra el artículo publicado en la revista semestre Económico de la Universidad de Medellín titulado “Enfoque Comunicacional de la Contabilidad ¿una nueva etapa de la contabilidad? Escrito por los profesores Nidia Elena Rendón Arcila, Luis Fernando Agudelo Henao y Luis Guillermo Herrera Marchena en marzo 12 de 2007 en el cual se concluye que:

“En la actualidad es posible hablar de una transformación en la contabilidad respecto, al avance proveniente de la común aceptación de su saber cómo disciplina social, encargada de publicar información, que se encuentra respaldada por la responsabilidad generada desde los profesionales contables, los cuales deben propender por la transparencia y el interés público… lo anterior debe configurar una nueva situación respecto a los conocimiento, paradigmas y prácticas contables. Si lo anterior no es cierto, al menos se visualiza una etapa de transición con cambios altamente marcados por el enfoque comunicacional de la contabilidad y su relación con las tecnologías de la información y la comunicación insertas en la sociedad de la información.

Según lo mencionado anteriormente nuestro problema de investigación se formuló inicialmente de la siguiente forma: ¿Qué elementos se deben tener en cuenta en la función comunicacional del contador púbico para que cumpla con su papel orientador? Posteriormente se le hicieron algunas adecuaciones a la formulación para definir el problema de investigación de manera más concreta y alcanzable en el tiempo programado para la investigación, quedando de la siguiente forma: ¿Qué estrategias se deben implementar para mejorar la función comunicacional del Contador Público en el apoyo al papel orientador en la toma de decisiones empresariales?

Para las decisiones que toman en el día a día los directores empresariales no se están tomando como base para ellas una información que brinde realmente elementos de juicio contextualizados que pueda llegar a jugar un papel primordial en los diferentes eventos y sucesos que se devienen de una decisión. Lo que deja entrever que a pesar de que en estos tomadores de decisión es clara la necesidad de información, la cual llega a ellos en forma de mensaje no está logrando suplir estos requerimientos, séase por que no lleva en si los contenidos informativos requeridos para brindar señales que permitan vislumbrar una ruta a seguir. O porque llevando estos contenidos, no se está logrando que los receptores de la información logren asimilarlos para una adecuada toma de decisiones.

Por esta razón debemos implementar estrategias que permitan mejorar la función comunicacional del contador público, con el fin de que la toma de decisiones en las empresas sea más efectiva y útil.

1. RESPUESTAS TENTATIVAS
   1. HIPÓTESIS

En el proceso investigativo el grupo de investigación, con base a las ampliaciones bibliográficas básicas realizadas al momento del planteamiento del objeto de investigación. Surgieron las siguientes como las posibles estrategias comunicacionales que un contador debe manejar. Es de aclarar, que los posibles resultados planteados dentro del trabajo fueron estrategias muy puntuales que se pueden llegar a confundirse con actividades a desarrollar dentro del rol del contador público en las empresas:

* Que los documentos provean los datos suficientes, para que cada fuente de información refleje la realidad del hecho económico. Para ello es necesario implementar un sistema de control interno en el cual se evalúen la relación entre los documentos y el hecho económico.
* Interactuar con las distintas áreas de la empresa, con el fin de tener una información más completa acerca del conocimiento específico de cada una.
* En el momento de tomar información del medio externo realizar un análisis general de las fuentes de información, para establecer cuál puede ser la fuente más confiable.
* Asesoramiento acerca de la empresa y del sector, para poder conocer los requerimientos de información en cada caso específico.
* Toda entrega de información documental, debe ir acompañada de argumentación verbal, e identificar por medio de ésta, las derivaciones que proporciona la misma.
  1. NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestra investigación se centra en un análisis cualitativo-descriptivo, debido a que pretendemos identificar los factores que irrumpen en el modelo comunicacional de las empresas con el fin de encontrar estrategias que mejoren la función comunicacional del contador y su rol en la organización.

1. LAS VARIABLES

A partir del trabajo investigativo realizado, encontramos que se no se deben definir estrategias puntuales, sino conceptuales para cada uno de los elementos comunicacionales, ya que de esta forma se permite tener una visión más global de cómo mejorar la problemática, debido a que el contador público se enfrenta a escenarios muy diferentes en cada empresa, lo que no permitiría aplicar puntualmente una u otra actividad, sino que desarrollando estrategias conceptuales puede definir sus pasos y actividades enmarcadas dentro de estas, para lograr su objetivo.

Para definir las estrategias pertinentes con el fin de mejorar la función comunicacional del contador público en la toma de decisiones, fue importante establecer variables según cada elemento de la comunicación, lo que nos permitió visualizar de manera más particular el comportamiento de estos elementos, para generar estrategias aplicables para la toma de decisiones empresariales.

Estas variables se establecieron como sigue:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ELEMENTO | VARIABLE | DEFINICIÓN | FORMA DE MEDICIÓN | POSIBLES RESULTADOS |
| Fuentes de información | Procedencia de los datos | Es el lugar de donde el transmisor toma los datos | ¿Qué tipo de fuente de información es utilizada usualmente por los usuarios de la información, y ésta es de carácter  interno o externo? | * + Documental contabilidad – interno   + Conceptual recurso humano – interno   + Medios de comunicación – externa   + Especializada – externa |
| Mensaje | Especificidad del mensaje | Carácter de focalización del mensaje | ¿Qué tipo de estado financiero es utilizado como mensaje? | * + Estados financieros de propósito general   + Estados financieros de propósito especifico |
| Transmisor | Conocimiento que se tiene de la empresa | Comprensión de los procesos productivos y/o de servicio de la empresa al igual de los procesos administrativos | ¿Qué nivel de conocimiento se posee acerca de la empresa? | * + Alto   + Medio   + Bajo |
| Relación del transmisor con la organización | Tipo de vinculación del emisor con la organización | ¿Cuál es la vinculación laboral? | * + Brinda información   + Servicio de asesoría   + Servicio de consultoría |
| Canal de transmisión | Forma de presentación | Medios utilizados para transmitir el mensaje a los receptores | ¿Cuál es el medio utilizado para la transmisión del mensaje en la interrelación transmisor-receptor? | * + Medio escrito   + Presentación personal   + Ambos |

El método de evaluación de estas variables fue a través de entrevistas y encuestas aplicadas a una muestra intencionada no probabilística, de profesionales que de acuerdo a sus especializaciones pudieron darnos elementos de juicio con la suficiente argumentación para lograr nuestro objetivo dentro de la investigación.

1. INSTRUMENTOS

El método de evaluación de estas variables fue atreves de entrevistas y encuestas aplicadas a una muestra intencionada no probabilística, de profesionales que de acuerdo a sus especializaciones pudieron darnos elementos de juicio con la suficiente argumentación para lograr nuestro objetivo dentro de la investigación.

El modelo de encuesta utilizado para la recolección de información fue el siguiente:

**ENCUESTA TRABAJO DE GRADO 2010**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA**

**ESTRATEGIAS PARA LA FUNCIÓN COMUNICACIONAL DEL CONTADOR**

La información brindada por las personas encuestadas será de carácter confidencial y con el único fin de aportar herramientas conceptuales para la investigación “Estrategias comunicacionales para el contador público” llevada a cabo por estudiantes del departamento de Contaduría de la Universidad de Antioquia para su trabajo de grado.

1. ¿Qué método utiliza para la recolección de la información (documentos soporte)?

 Documentos de contabilidad

 Datos de los empleados

Solo documentos soporte

  Otros (por favor, especifique):

1. ¿Qué tan útil es este el método que utiliza para su función comunicacional?

 Excelente

 Buena

Regular

  Mala

1. La mayor parte de la información que usted utiliza en de carácter…

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Interno |  |  | Externo |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. ¿Qué tipo de estados financieros son los más utilizados como mensaje?
2. Esta forma de mensaje es utilizado por:

 Imposiciones legales

 Importancia para la toma de decisiones

Solicitud del tomador de decisiones

1. ¿Qué nivel de conocimiento tiene acerca de la empresa?

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Alto |  |  | Medio | | |  |  | Bajo |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | |  |

1. ¿Cuál es la vinculación laboral que tiene con esta empresa?

 Brinda información general

 Servicio de asesoría

Servicio de consultoría

1. ¿Cuál es el medio de transmisión más utilizado para transmitir el mensaje?

 Medio escrito

 Presentación personal

Ambos

1. ¿El que recibe su mensaje tiene conocimientos previos acerca de la contabilidad?

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

SI

 NO

Principio del formulario

|  |
| --- |
|  |

Final del formulario

1. ¿Cree usted que la contabilidad satisface las necesidades de los receptores de la información?

SI

 NO

1. Principio del formulario
2. ¿Por qué cree usted que la contabilidad es un factor importante en las empresas?

 Factor legal

 Factor Informativo

Solo para tomar decisiones

  Otros (por favor, especifique):

1. ¿Cree que se deba tener un nivel alto de conocimientos en contabilidad para entender la información contable?

 SI

NO

 ¿Por qué? 

1. Usted cree que la información contable es

 Subjetiva

 Objetiva

A parte de este instrumento utilizamos entrevistas a profesionales especializados como sigue:

**ENTREVISTA PARA TRABAJO DE GRADO 2010**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA**

**ESTRATEGIAS PARA LA FUNCIÓN COMUNICACIONAL DEL CONTADOR**

*Cláusula de Confidencialidad*

La información brindad por las personas entrevistadas será de carácter confidencial y con el único fin de aportar herramientas conceptuales para la investigación Estrategias Comunicacionales del Contador Público, llevada a cabo por estudiantes del Departamento de Ciencias Contables de la Universidad de Antioquia para su trabajo de grado.

**Cargo:** Investigador Contable

**Nombre:** Marco Machado

1. Contextualización
2. ¿Qué relaciones encuentra entre la contabilidad y la comunicación?
3. ¿Se podría definir un papel específico del contador público dentro de la toma de decisiones empresariales? Y ¿Cuál sería ese papel?
4. ¿Cuáles son las decisiones que son más influenciadas por la información contable?
5. ¿Cuál debe ser el rol del contador público frente a las implicaciones que tiene la información que éste suministra a la red de información de la empresa?
6. Relación del tema específico con la asimilación del mensaje contable
7. ¿Qué es un modelo? Y ¿El modelo como herramienta logra que los contenidos informativos emanados por él sean asimilados por sus receptores?
8. ¿Qué estructuras dentro de la modelación de una realidad brindarían mejores condiciones para que el mensaje que quiere transmitir el contador sea más y mejor asimilado por los usuarios de la información?
9. Conclusiones y recomendaciones
10. ¿Qué concepto le merece los informes contables, tanto en su calidad cómo en la presentación que se realiza a los usuarios de la información como herramienta fundamental para la toma de decisiones empresariales?
11. Teniendo en cuenta que tomamos los informes contables como herramienta para la toma de decisiones empresariales. ¿Qué concepto le merece los informes contables que ha conocido, tanto en su calidad cómo en la presentación que se realiza a los usuarios de la información?

**ENTREVISTA PARA TRABAJO DE GRADO 2010**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA**

**ESTRATEGIAS PARA LA FUNCIÓN COMUNICACIONAL DEL CONTADOR**

*Cláusula de Confidencialidad*

La información brindad por las personas entrevistadas será de carácter confidencial y con el único fin de aportar herramientas conceptuales para la investigación Estrategias Comunicacionales del Contador Público, llevada a cabo por estudiantes del Departamento de Ciencias Contables de la Universidad de Antioquia para su trabajo de grado.

**Cargo:** Comunicador

**Nombre:** Esneider Rojas

1. Contextualización
2. ¿Qué es comunicación y en qué consiste el ejercicio de comunicar?
3. ¿Qué relaciones encuentra entre la comunicación y toma de decisiones?
4. Algunas cualidades que deba tener el emisor de información
5. Relación del tema específico con la asimilación del mensaje contable
6. ¿Se debe involucrar las diferentes dependencias de una organización en los sistemas de información y si es así, cómo puede hacerse?
7. ¿Qué elementos se deben tener en cuenta para que un mensaje sea asimilado por su receptor?
8. Conclusiones y recomendaciones
9. Tendría usted alguna recomendación a los contadores para mejorar su función comunicacional en apoyo a la toma de decisiones empresariales.

Las formas de aplicación de dicho instrumento fueron de carácter personal en donde se acordó con cada uno de los profesionales un encuentro, para la aplicación del instrumento. Por ser personas con un perfil académicamente alto se dificulto el acceso a ellos, lo que retardo de manera significativa la recolección de la información y por ende la terminación del articulo; es por ello que creemos se mejoría la confianza del instrumento si se hubiera tenido acceso a una muestra mayor, con las características que el proyecto exigía.

1. FUENTES DE INFORMACION

A parte de las fuentes de información primarias como lo son las profesiones a los que se les aplicaron los instrumentos, se desarrolló una fuerte revisión bibliográfica, como fuente de información, lo que nos permitió tener una más amplia fundamentación del tema. Encontrando como relación principal entre los diferentes tipos de fuentes los elementos comunicacionales.

Con el fin de desarrollar el trabajo investigativo, en primer lugar nos dedicamos a recolectar información tanto primaria como secundaria.

En la información de carácter primaria fue un poco complicado recolectar la información dado que fue difícil acordar los tiempos, lugares y disposición de los profesionales para realizar las entrevistas y encuestas; esto nos ocasionó dificultades en el desarrollo del trabajo dado que nos atrasó.

Al igual que cualquier otra investigación, se hace necesaria la existencia de un marco de referencia que proporcione bases teóricas y otorgue un grado de conocimiento acerca del tema que se esté abordando, de modo que se alcance el criterio mínimo necesario para determinar qué se pretende investigar, qué se ha hecho sobre el tema, qué autores han escrito al respecto y cómo se validaría cualquier afirmación que se realice al concluir estudios de este tipo.

En la información Secundaria empezamos por buscar bibliografía en la biblioteca de la Universidad de Antioquia que se relacionara con el tema de investigación. Para lo cual buscamos libros y revistas relacionados con Contabilidad y Comunicación, con la Comunicación y las organizaciones, redes de comunicación, etc., y por medio de esta búsqueda encontramos una cantidad bastante grande de información relacionada, pero que en muchas ocasiones no nos satisfacía las necesidades del proyecto.

A partir de la selección que tuvimos que realizar de la información útil para el desarrollo del proyecto, pasamos a realizar un resumen de cada material bibliográfico, para tener una síntesis de lo más relevante para la investigación, para así pasar a analizar dicha información y contextualizarnos e introducirnos mucho más en el tema, con el fin de abordar con mayor profundidad la investigación.

Sin duda alguna, las fuentes secundarias constituyeron para nosotros la fuente inicial y primordial para adquirir los conocimientos necesarios respecto al tema, para construir los criterios que nos permitirían concluir y recomendar y, por supuesto, para elaborar todo el marco teórico que respalda cada una de las afirmaciones y los contrastes que surgen a partir de la realización de un trabajo de campo riguroso que permite analizar situaciones concretas, favoreciendo la interpretación contextual del problema.

1. FASES Y PROCEDIMIENTOS

La investigación sobre Las estrategias para la función comunicacional del contador requirió el desarrollo de algunos procesos y actividades que fueron organizados y distribuidos en tres etapas, una inicial, una práctica y otra de comunicación de la información recolectada y analizada.

**Etapa inicial:**

En este periodo se definieron los diferentes elementos del tema y del plan de investigación que se empezaría a emprender donde demostramos la importancia de la investigación que proponíamos, incluyendo de forma estructurada toda la rama de elementes que comprenderían el anteproyecto y proyecto de investigación. Es en esta etapa donde surgió el cuestionamiento de las estrategias comunicacionales que un contador público debe manejar, respaldándonos para esto en la definición del problema y el título de investigación, los objetivos y en general las metas y limitaciones al proyecto. Posteriormente se procedió con la construcción de cada uno de los marcos que contiene el histórico-legal, teórico y conceptual, así como la recolección de información sobre el tema de investigación. En esta fase tuvimos el acompañamiento y la asesoría del profesor Carlos Mario Ospina Zapata.

**Etapa Práctica:**

Esta etapa inicia con el acompañamiento de nuestro asesor temático Carlos Eduardo Castaño Ríos, donde se empieza a corregir el anteproyecto y el cronograma a seguir. Se expuso los puntos de vista frente al asesor para demostrar la importancia de la investigación que se pretendía ejecutar, así como la actitud y aptitud de los autores para llevarla a cabo.

En esta etapa se ejecutan los cronogramas para implementar los instrumentos de recopilación de información tanto primarios como secundarios, con todo esto se seleccionó información cualitativa que se interpretó mediante procedimientos y técnicas de análisis para tabular los resultados aportantes para la fase de comunicación.

Además, con la asesoría del profesor Carlos Eduardo se lograron las correcciones necesarias para hacer nuestro trabajo de grado con una excelente presentación y construcción. Es en esta fase donde con la ayuda de él se construye el artículo de investigación, es por eso que fue la fase más extensa, por la proyección del trabajo de campo y la poca disponibilidad de tiempo en los asesores.

**Etapa de comunicación:**

Es esta la fase del proyecto donde se realizó el análisis y la interpretación de la información recopilada y tratada, daño valor agregado a esta. Luego se tabulo e interpreto los resultados dados en las fuentes de información y las correcciones aportadas por el asesor, para lograr la integridad de estos resultados en un informe definitivo de investigación, el artículo como medio para comunicar las conclusiones del proyecto a la comunidad académica y dar a conocer la problemática estudiada y logrando instruir las estrategias que como profesionales de la contaduría pública debemos manejar para lograr una eficaz función comunicacional.

Esta es la fase con mayor complejidad del proyecto ya que de esta depende que se logre socializar la investigación dándole una respuesta a las necesidades de información de la comunidad académica, de los profesionales y profesores integrados en el proceso investigativo.

1. BREVE NARRACIÓN DE LAS RUTAS SEGUIDAS Y LAS DIFICULTADES DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Para ilustrar como fue el proceso de realización del proyecto de grado. Se podría dividir en dos fases el proceso de realización del trabajo de grado: una primera fase que es el proyecto de aula “Trabajo de Grado I”, en el cual se determinó un problema de investigación estructurado con bases teóricas, conceptuales, legales e históricas del tema. También se establecieron variables para ayudar a responder al problema de investigación y se hizo una planeación para el trabajo de campo. Después de esta llega el inicio a la segunda fase, la cual se ejecuta en el proyecto de aula “Trabajo de Grado II” la cual podemos dividir a su vez en 6 etapas: -la búsqueda de bibliografías -la estructura teórica –la recolección de información como trabajo de campo -el análisis de los resultados del instrumento - la elaboración del artículo de investigación y la exposición del mismo.

Durante el proceso de construcción de nuestro proyecto cada miembro del grupo de investigación realizaba la búsqueda y selección de la información de forma separada, y luego realizamos varias reuniones para efectuar debates sobre la información que debíamos utilizar en nuestro trabajo. En aras de tener mayor fluidez en el tema relacionamos toda esta información bibliográfica con la información obtenida en las entrevistas y encuestas realizadas a los profesionales; así como con nuestros conocimientos previos aprendidos en el transcurso de la academia, para así empezar a redactar nuestro artículo de investigación.

En la redacción fue importante definir con ayuda del asesor unos capítulos con el fin de organizar la información y redactar de manera más coherente y entendible el trabajo. Es por ello que realizamos una segunda selección, con el fin de separar por capítulos la información. A partir de esto empezamos a redactar y a encontrar a través de esta redacción y desarrollo del trabajo unas estrategias que mejoraran la función comunicacional del contador público en su papel orientador en la toma de decisiones empresariales.

A través del desarrollo encontramos puntos controversiales, como por ejemplo eliminar una variable, que le podía dar un rumbo diferente al trabajo, y el hecho de cambiar la estructura que nos había planteado el asesor; aunque nos sirvió de mucho para establecer puntos de referencia que nos guiaran en la redacción del artículo.

Las correcciones que nos hacia el asesor fueron de gran relevancia en el proceso de redacción, ya que nos hicieron caer en cuenta de muchos errores que aunque en la mayoría de las veces eran de forma y no de fondo, son importantes para presentar el trabajo de manera correcta.

1. LECTURA Y ESCRITURA

Antes de empezar a definir sobre qué problema se va a trabajar el proyecto de trabajo de grado, es indispensable haber escogido el tema y haber leído y culturizarse sobre este. Para esto el equipo de trabajo decidió basarse en un ensayo realizado para el proyecto de aula “Teoría contable”, el cual había sido ejecutado por Vanessa Yepes y Javier Mejía. Sin embargo, con el fin de que todos los integrantes tuviesen el mismo nivel de conocimiento sobre el tema se decidió buscar la mayor cantidad de fuentes bibliográficas que hablaran sobre el tema.

Una vez halladas las fuentes de libros y revistas se procedió a dividir el material para que cada uno leyera y procediera a extraer lo que se consideraba más relevante, realizando fichas bibliográficas para tal fin y fue así como se consolidó la posterior redacción. Reunida la información necesaria, comenzó con la redacción del artículo, en lo que concierne a la elaboración del artículo y la memoria, la redacción e investigación fue equitativa y cada uno de los integrantes participó activamente en su elaboración. Aportando la mayor cantidad posible de información y de trabajo, ya que por la escasez de tiempo y la contrariedad de horarios se hizo un poco dificultoso.

En el camino de la construcción del proyecto de investigación, nos encontramos con muchas partes donde quizá no sabíamos cómo redactar, qué poner, qué proponer, cómo seguir o qué quitar; sin embargo cada uno de estos pequeños retos fue un aprendizaje que enriqueció nuestro proceso de construcción literaria. Después del proceso de crisis enfrentado en cuanto a la falta de información y de tiempo, y dado el interés que teníamos en el tema, todo el equipo supo aprovechar los pocos recursos de información con los que contábamos y buscamos otros que finalmente nos condujeron a terminar el trabajo de la mejor manera posible.

1. ASESORES IMPLICADOS EN EL ACOMPAÑAMIENTO

En el proceso de investigación que se ha recorrido para elaborar el proyecto de trabajo de grado sobre las estrategias para la función comunicacional del contador público, se ha contado con la asesoría de dos personas muy importantes, sin las cuales hubiera sido casi imposible llevar a cabo nuestro proyecto de investigación, ellos son el asesor metodológico y el asesor temático.

El asesor metodológico de este proyecto fue el señor Carlos Mario Ospina Zapata, Contador público, docente del Departamento de Ciencias Contables de la Universidad de Antioquia en el área de investigación contable. En esta área, el asesor brindó todas las herramientas de investigación necesarias para llevar a cabo el anteproyecto de investigación. La relación de nuestro equipo con el asesor metodológico fue de franqueza, cordialidad y mucha colaboración por parte de éste en todas las dudas o inquietudes que pudieron surgir a lo largo del camino de la ejecución de la primera fase del proyecto, resaltando su buena disposición a la hora de atender al equipo, su claridad en las explicaciones tanto en las asesorías individuales como en el aula de clase.

El asesor temático por su parte es contador público y docente de la Universidad de Antioquia, Carlos Eduardo Castaño Ríos, quien fue asignado por el coordinador del proyecto de aula, realmente quedamos muy satisfechos con dicha asignación. Ya que, por su experiencia en el área de investigación contable, fue un gran guía, dada su experiencia y altos conocimientos en el tema.

El asesor temático nos brindó toda la información y experiencia en el tema que pudiéramos necesitar para llevar a cabo el trabajo, fue claro y conciso en sus explicaciones y sugerencias. En conclusión con respecto a los asesores, fueron los mejores que pudimos tener.

1. CONCLUSIONES

* Al elaborar un proyecto de tan gran importancia como lo es el trabajo de grado, el cual es un es un proceso de construcción de conocimiento, de muchas expectativas y lleno de inquietudes acerca del tema que se va a trabajar y de si tendrá la dirección que se le ha planteado. Se debe destacar la **dedicación** y la **pasión** que se debe tener sobre el tema seleccionado, porque es solo de esta forma que se logra obtener unos buenos resultados.
* El trabajo de grado es el resultado de varios años de formación, reflejando en este el fortalecimiento de las competencias adquiridas durante ese proceso. Destacándonos por ser futuros contadores de una de las universidades líderes en investigación en Colombia; permitiendo contribuir al análisis y solución creativa de una situación problemática relacionada con nuestra profesión (de acuerdo a los intereses del grupo investigador).
* En el caso de nuestra ejecución del proyecto de grado, el cual se realiza de manera grupal, se permite fortalecer el trabajo en equipo y con ello aumenta la calidad de la investigación al tomarse las decisiones mutuo acuerdo, se comparte la responsabilidad al buscar soluciones desde diversos puntos de vista, así como el fortalecimiento en cualidades como la tolerancia, escucha, respeto y solidaridad. Todo este proceso es vital, pues prepara al estudiante para la vida laboral.
* Para que toda clase de proyecto sea ejecutado exitosamente hay que tener presente que una de las partes más importantes es la planeación, la cual debe ser estratégicamente elaborada para que pueda cumplir su objetivo a cabalidad.

ANEXOS

ANEXO 1: ACTAS

ANEXO 2: RESULTADOS ENCUESTAS

ANEXO 3: TABULACIÓN RESULTADOS

ANEXO 4: ANTEPROYECTO

1. ANEXO 1: ACTAS

**ACTA No 1**

**FECHA:** 20 de agosto de 2010

**HORA:** 9 AM

**LUGAR:** Sala de profesores de contaduría, Universidad de Antioquia

**INTEGRANTES:** Alexandra Ruiz Barrientos

Vanessa Yepes Parra

Javier Mejía Aguirre

**OBJETIVOS:**

* Primera reunión con asesor temático para confirmar cronograma a seguir

**ACTIVIDADES:**

* Revisión tentativa sobre el anteproyecto.
* Asignación de tareas para futuras reuniones.

**DESARROLLO DE ACTIVIDADES:**

* El asesor expuso su punto de vista sobre el anteproyecto a los asesores, les dio indicaciones acerca de modificar las variables, se creó debate respecto a ese tema.
* El profesor Carlos indico cuales eran las pautas para la elaboración y presentación del trabajo final.

**COMPROMISOS:**

* Continuar leyendo e investigando.
* Verificar entre los asesores del proyecto sobre la importancia de eliminar o dejar la variable “Receptor”.

Para constancia firman,

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  ALEXANDRA RUIZ BARRIENTOS  Integrante del equipo | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  VANESSA YEPES PARRA  Integrante del equipo |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  JAVIER MEJIA AGUIRRE  Integrante del equipo | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  CARLOS EDUARDO CASTAÑO RIOS  Asesor temático |

**ACTA No 2**

**FECHA:** 15 de septiembre 2010

**HORA:** 10 AM

**LUGAR:** Centro de documentación Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia

**INTEGRANTES:** Alexandra Ruiz Barrientos

Vanessa Yepes Parra

Javier Mejía Aguirre

**OBJETIVOS:**

* Realizar la Encuesta

**ACTIVIDADES:**

* Diseñar y elaborar la encuesta

**DESARROLLO DE ACTIVIDADES:**

* Cada uno de los integrantes aporto como debería ser la encuesta y fueron proponiendo una a una las preguntas.
* Finalmente se obtuvieron 13 preguntas propuestas con base a la pregunta de investigación y como finalizo la hora de la reunión se establecieron compromisos.
* Cada integrante llevo propuesta de preguntas, estas se analizaron y se pusieron en común, luego se seleccionaron y de dicha forma se construyeron las herramientas metodológicas.

**COMPROMISOS:**

* Enviar la encuesta al asesor para que le dé el visto bueno
* Difundir por medio de correo electrónico y de forma física las encuestas a los contadores públicos acordes con la población seleccionada.

Para constancia firman,

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  ALEXANDRA RUIZ BARRIENTOS  Integrante del equipo | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  VANESSA YEPES PARRA  Integrante del equipo |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  JAVIER MEJIA AGUIRRE  Integrante del equipo | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  CARLOS EDUARDO CASTAÑO RIOS  Asesor temático |

.

1. ANEXO 2: RESULTADOS ENCUESTAS

**ENCUESTA TRABAJO DE GRADO 2010**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA**

**ESTRATEGIAS PARA LA FUNCIÓN COMUNICACIONAL DEL CONTADOR**

La información brindada por las personas encuestadas será de carácter confidencial y con el único fin de aportar herramientas conceptuales para la investigación “Estrategias comunicacionales para el contador público” llevada a cabo por estudiantes del departamento de Contaduría de la Universidad de Antioquia para su trabajo de grado.

**1.** ¿Qué método utiliza para la recolección de la información (documentos soporte)?

 Documentos de contabilidad

 Datos de los empleados

Solo documentos soporte

  Otros (por favor, especifique):

2. ¿Qué tan útil es este el método que utiliza para su función comunicacional?

 Excelente

 Buena

Regular

  Mala

3. La mayor parte de la información que usted utiliza en de carácter…

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Interno |  |  | Externo |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

4. ¿Qué tipo de estados financieros son los más utilizados como mensaje?

ESTADOS FINANCIEROS BÀSICOS

5. Esta forma de mensaje es utilizado por:

 Imposiciones legales

 Importancia para la toma de decisiones

Solicitud del tomador de decisiones

6. ¿Qué nivel de conocimiento tiene acerca de la empresa?

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Alto |  |  | Medio | | |  |  | Bajo |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | |  |

7. ¿Cuál es la vinculación laboral que tiene con esta empresa?

 Brinda información general

 Servicio de asesoría

Servicio de consultoría

8. ¿Cuál es el medio de transmisión más utilizado para transmitir el mensaje?

Medio escrito

 Presentación personal

Ambos

9. ¿El que recibe su mensaje tiene conocimientos previos acerca de la contabilidad?

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

SI

 NO

Principio del formulario

|  |
| --- |
|  |

Final del formulario

10. ¿Cree usted que la contabilidad satisface las necesidades de los receptores de la información?

SI

 NO

1. Principio del formulario

11. ¿Por qué cree usted que la contabilidad es un factor importante en las empresas?

 Factor legal

 Factor Informativo

Solo para tomar decisiones

  Otros (por favor, especifique):

12. ¿Cree que se deba tener un nivel alto de conocimientos en contabilidad para entender la información contable?

 SI

NO

 ¿Por qué? 

INFORMACIÓN ESPECIALIZADA, SOBRE ASUNTOS ESPECIALIZADOS Y CONSTRUIDA CON CRITERIOS ESPECIALES.

13. Usted cree que la información contable es

 Subjetiva

 Objetiva

1. ANEXO 3: TABULACION DE ENCUESTAS

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1.** ¿Qué método utiliza para la recolección de la información (documentos soporte)? | | | |
|  |  |  |  |
| Documentos de contabilidad | | 4 | 28,6% |
| Datos de los empleados | | 3 | 21,4% |
| Solo documentos soporte | | 4 | 28,6% |
| Otros | | 3 | 21,4% |
|  |  | 14 |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **2.** ¿Qué tan útil es este el método que utiliza para su función comunicacional? | | | |
|  |  |  |  |
| Excelente | 2 | 25,0% |  |
| Buena | 6 | 75,0% |  |
| Regular | 0 | 0,0% |  |
| Mala | 0 | 0,0% |  |
|  | 8 | 100,0% |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **3.** La mayor parte de la información que usted utiliza en de carácter… | | |
|  |  |  |
| interno | 3 | 42,9% |
| externo | 4 | 57,1% |
|  | 7 | 100,0% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **4. ¿**Qué tipo de estados financieros son los más utilizados como mensaje? | | |
|  |  |  |
| Balance general | 3 | 21,4% |
| Estado de resultados | 3 | 21,4% |
| Flujo de efectivo | 3 | 21,4% |
| Estados financieros básicos | 3 | 21,4% |
| Estados financieros de propósito especial | 1 | 7,1% |
| Balance de prueba | 1 | 7,1% |
|  | 14 | 100,0% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **5.** Esta forma de mensaje es utilizado por: | |  |
|  |  |  |
| Imposiciones legales | 4 | 28,6% |
| Importancia para la toma de decisiones | 7 | 50,0% |
| Solicitud del tomador de decisiones | 3 | 21,4% |
|  | 14 | 100,0% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **6.** ¿Qué nivel de conocimiento tiene acerca de la empresa? | | |
|  |  |  |
| alto | 7 | 87,5% |
| Medio | 1 | 12,5% |
| Bajo | 0 | 0,0% |
|  | 8 | 100,0% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **7.** ¿Cuál es la vinculación laboral que tiene con esta empresa? | | |
|  |  |  |
| Brinda información general | 1 | 12,5% |
| Servicio de asesoría | 4 | 50,0% |
| Servicio de consultoría | 3 | 37,5% |
|  | 8 | 100,0% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.** ¿Cuál es el medio de transmisión más utilizado para transmitir el mensaje? | | |
|  |  |  |
| Medio escrito | 4 | 40,0% |
| Presentación personal | 1 | 10,0% |
| Ambos | 5 | 50,0% |
|  | 10 | 100,0% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **9.** ¿El que recibe su mensaje tiene conocimientos previos acerca de la contabilidad? | | |
|  |  |  |
| SI | 6 | 75,0% |
| NO | 2 | 25,0% |
|  | 8 | 100,0% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **10.** ¿Cree usted que la contabilidad satisface las necesidades de los receptores de la información? | | |
|  |  |  |
| SI | 4 | 50,0% |
| NO | 4 | 50,0% |
|  | 8 | 100,0% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **11.** ¿Por qué cree usted que la contabilidad es un factor importante en las empresas? | | |
|  |  |  |
| Factor Legal | 5 | 31,3% |
| Factor informativo | 6 | 37,5% |
| Solo para tomar decisiones | 3 | 18,8% |
| Otros | 2 | 12,5% |
|  | 16 | 100,0% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **12. ¿**Cree que se deba tener un nivel de conocimientos en contabilidad para entender la información contable? | | |
|  |  |  |
| SI | 2 | 25,0% |
| NO | 6 | 75,0% |
|  | 8 | 100% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **13.** Usted cree que la información contable es | | |
|  |  |  |
| Subjetiva | 4 | 50,0% |
| Objetiva | 4 | 50,0% |
|  | 8 | 100,0% |

1. ANEXO 4 : ANTEPROYECTO

**ESTRATEGIAS PARA LA FUNCIÓN COMUNICACIONAL DEL CONTADOR**

Realizado por:

JAVIER ALONSO MEJÍA AGUIRRE

ALEXANDRA RUIZ BARRIENTOS

VANESA YEPES PARRA

TRABAJO DE GRADO I

CARLOS MARIO OSPINA ZAPATA

Asesor



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABLES

MEDELLIN

2010

**PROYECTO TRABAJO DE GRADO I**

**ESTRATEGIAS PARA LA FUNCIÓN COMUNICACIONAL DEL CONTADOR**

Eje Problémico : Desarrollo contable

Línea de Investigación: nuevos desarrollos de la teoría contable

1. **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

**Descripción del problema**

En la actualidad, el contador público se enfrenta a las diferentes necesidades de los usuarios de la información que él genera, siendo esta información utilizada con distintos fines, pero siempre centrándose en la práctica contable tradicional; es decir; el administrador requiere información específica acerca de la utilidad generada con el fin de presentársela a los socios; el estado requiere información sobre la determinación de los impuestos. Esto hace que el contador público sea considerado como un informador, es decir, un recopilador de datos y generador de información a partir de los registros contables.

Esta crisis de la profesión ha llevado al contador público a degradar su trabajo, debido a que no se le da la importancia suficiente a la información generada para la toma de decisiones. Dicha degradación consiste en que la información ofrecida por el sistema de información contable, no permite concebir una filosofía organizacional, con ésta no se pueden establecer objetivos, no brinda motivación a los usuarios y no da las herramientas suficientes para que los mismos entiendan la realidad circundante; Simplemente es una suma de datos estructurados con modelos estándares que no logran ser asimilados por los receptores de la información, de manera tal que les permita identificar variables determinantes para una toma de decisiones efectiva. Lo que deja entrever la falta de estrategias que determinen el rumbo a seguir para cumplir la función comunicacional de los contables. Motivo por el cual muchas empresas consideran al contador como un empleado para cumplir la regulación contable por parte del estado y no como una herramienta fundamental en la toma de decisiones.

Es aquí donde debemos cuestionarnos acerca del rol que juega el contador en la toma de decisiones; el cual según Juan Alberto García, 2010, “está en el asesoramiento que pueda brindar a la empresa,… y en que además de contador debe ser un asesor,… ya que de él depende en gran medida el crecimiento de la empresa, ayudando a que ésta pueda ser más competitiva…”

**Formulación del problema**

¿Qué estrategias se deben implementar para mejorar la función comunicacional del Contador Público en el apoyo al papel orientador en la toma de decisiones empresariales?

**Delimitación**

* **Histórica:** Actualidad
* **Geográfica:** No aplica
* **Temático:** Función comunicacional del contador público y el papel del contador en la toma de decisiones.

1. **ANTECEDENTES**

A partir de nuestra experiencia académica hemos observado en algunas investigaciones y proyectos de aula que la función del contador debe ir más allá de la extracción de información y elaboración de estados financieros, ya que esta información por sí sola no brindaría una herramienta efectiva en la toma de decisiones. Por ende consideramos indispensable afianzar la función comunicacional del contador público para que el trabajo contable sea un apoyo eficaz a la toma de decisiones.

Es aquí donde surge nuestro cuestionamiento, ya que al tener la oportunidad de acercarnos al medio laboral hemos notado que el contador no está logrando ir más allá del simple cumplimiento de las exigencias de los usuarios y de las regulaciones legales.

Por otra parte, aunque hablar de la función comunicacional del contador público es reciente en investigaciones, hemos encontrado algunos trabajos acera del tema, entre los que se encuentra el artículo publicado en la revista semestre Económico de la Universidad de Medellín titulado “Enfoque Comunicacional de la Contabilidad ¿una nueva etapa de la contabilidad? Escrito por los profesores Nidia Elena Rendón Arcila, Luis Fernando Agudelo Henao y Luis Guillermo Herrera Marchena en marzo 12 de 2007 en el cual se concluye que:

“en la actualidad es posible hablar de una transformación en la contabilidad respecto, al avance proveniente de la común aceptación de su saber cómo disciplina social, encargada de publicar información, que se encuentra respaldada por la responsabilidad generada desde los profesionales contables, los cuales deben propender por la transparencia y el interés público… lo anterior debe configurar una nueva situación respecto a los conocimiento, paradigmas y prácticas contables. Si lo anterior no es cierto, al menos se visualiza una etapa de transición con cambios altamente marcados por el enfoque comunicacional de la contabilidad y su relación con las tecnologías de la información y la comunicación insertas en la sociedad de la información.

1. **JUSTIFICACIÓN**

La importancia de este trabajo radica en que al identificar algunas estrategias que enriquezcan la función del contador en su aspecto comunicacional permitiría cambiar la apreciación de los diferentes usuarios hacia el contador y la visión del contador acerca de su rol fundamental en la toma de decisiones. Estos factores diferencian nuestra investigación de otras debido a que intentamos encontrar estrategias que mejoren no sólo la función comunicacional sino también el papel del contador en la toma de decisiones, es así como en otras investigaciones se enfatizan en las demandas exigidas por el entorno, y en este trabajo aunque se requiere identificar dichas exigencias, trascendemos a la presentación de estrategias que lleven al contador hacia un nuevo horizonte, lo cual beneficiaría a todos los usuarios de la información contable que más aun al desarrollo y ejercicio de la profesión.

1. **OBJETIVOS**

**Objetivo general:**

Identificar algunas estrategias que se deben implementar para mejorar la función comunicacional del contador público en el apoyo al papel orientador en la toma de decisiones empresariales.

**Objetivos específicos:**

* Identificar las necesidades de información requeridos para la toma de decisiones.
* Establecer el rol fundamental del contador en la toma de decisiones.
* Determinar la función comunicacional del contador.

1. **FACTIBILIDAD**

**Recursos**

Para el desarrollo de este proyecto de investigación contamos principalmente con recursos bibliográficos, cibernéticos e información resultante de encuestas y entrevistas a contadores públicos profesionales.

**Limitantes**

* Factor económico para el desplazamiento.
* Acceso únicamente a profesionales de la ciudad de Medellín.

1. **MARCO DE REFERNCIA**

***Marco Legal***

Son básicamente dos las normas que se relacionan a esta investigación:

La ley 43 de 1990 en sus artículos 35 y 36,en la cual se resalta las ventajas que ofrece un contador público, y los deberes de los contadores en la vida práctica profesional.

Decreto 2649 de 1993,el cual contiene tres artículos que se relacionan al tema de investigación:

* El artículo 3, el cual contiene los objetivos básicos de la información contable.
* El artículo 4, este enumera las cualidades de la información contable.
* El artículo 15, esta es la norma básica de la revelación plena.

***Marco Histórico***

Una Aproximación al papel del contador a través de la historia.

Durante la historia del proceso de civilización, la contabilidad se ha establecido implícita y explícitamente en la economía, con el fin de controlar los bienes, en sus inicios del estado. En este texto trataremos de hacer un recuento resumido de la evolución de la contabilidad y el papel que ha jugado el contador en la historia.

Teniendo en cuenta que el origen de la contabilidad es muy remoto históricamente, dado que se han identificado formas de contabilidad primitivas, desde la edad de piedra, tomaremos algunos periodos representativos en la historia, en los cuales la contabilidad y los contadores han tenido un rol importante en la evolución de la economía.

Es así como según Leandro Arias en su artículo Contabilidad, su desarrollo en el mundo, América y Colombia, plantea que

“en la época del esclavismo lo que era la propiedad común se convirtió en propiedad privada y se dio en cierta forma la primera organización del estado. Las tribus vencidas eran sometidas en calidad de esclavos, convirtiéndose esto en uno de los hechos más importantes de la contabilidad, debido a que el esclavo más inteligente llamado NOMENCLATOR (2) tenía la misión de llevar la contabilidad de los esclavos del amo, pues estos eran considerados bienes.”(Arias, 2005)

Según esto podemos establecer el primer rol del contador en la historia, el cual a nuestra manera de ver es un personaje representativo en la tribu, por ser el más inteligente, pero sin embargo esclavo, es decir que no se consideraba alguien importante como para tomar decisiones o liderar una organización. Tenía la responsabilidad de llevar la contabilidad de los demás esclavos del amo, con el fin de establecer un control sobre sus bienes.

El argumento del uso de la contabilidad para el control de bienes, se puede decir es el primer uso que se le dio a la contabilidad y por lo tanto es una de las razones por las cuales la contabilidad surgió.

En una segunda época la percepción del contador cambia un poco, ya que este era el encargado de administrar y proteger los bienes del estado, además de recaudar los impuestos que se generaban de las relaciones comerciales en la economía de la época de la colonia de América, en donde según palabras de Carlos Cesar Cortes Mattos la corona española:

“Planificó, organizó y llevó el dominio político sobre los pueblos conquistados introduciendo nuevas formas económicas, sociales, políticas y religiosas (propagación del cristianismo) y promulgando "Las Leyes de Indias", conjunto de disposiciones sobre principios de administración, organización financiera, militar y religiosa. Donde el Virrey era el encargado de controlar todo lo relacionado con los tributos y con la Casa de la Moneda donde se guardaban las riquezas, era una especie de Contralor de la Monarquía con conocimientos y asesores contables., funcionarios éstos a los cuales desde el Descubrimiento se les asignó el control fiscal de los fondos, bienes y servicios públicos.”(Cortez, 2009)

Igualmente como conclusión, el mismo autor plantea que:

“Vemos que los contadores tenían un carácter oficial, eran funcionarios al servicio del Estado y con un gran poder; podemos decir que desde el punto de vista de su función, tenían medios para desarrollar su trabajo en mejor forma que como está el contador público hoy, el cual adolece de la protección del Estado.”

Como podemos ver el contador ha sido a través de la historia un instrumento de control de los bienes sólo del estado, esto debido a que todavía no se habían constituido muchas empresas de carácter privado, por lo cual no se preocupaban por llevar contabilidad.

La única empresa privada que si lo hizo fue la Iglesia, la cual acumuló incluso más riqueza que el mismo estado, esto gracias a la contabilidad. Sin embargo para la época de la edad media donde la Iglesia tomo tanto poder político, económico y social, el conocimiento no evoluciono, dado que todo giraba en torno a Dios, y el saber era reservado solo para la Iglesia.

Por este motivo no sólo la contabilidad sino muchas ciencias detuvieron su evolución por un tiempo bastante prolongado, aunque se pudo apreciar que la contabilidad jugó un papel importante en el enriquecimiento de la Iglesia.

Sin embargo en esta época hubo un acontecimiento importante, el cual fue la creación de compañías mercantiles, esto trajo la necesidad de controlar más aun los negocios, generar una perspectiva del todo, acceder al reconocimiento del estado del negocio y simplificar la realidad. Según explica Cortez en el documento antes mencionado:

“Con la aparición de las sociedades mercantiles surgen las técnicas para el registro del reparto de las ganancias a fines de los períodos y también, cómo registrar, llegado el caso, su liquidación; asimismo, el registro apropiado de los inventarios. Aparece además, la figura del, administrador encargado de manejar los negocios de terceros y por cuyos servicios obtenía una participación en los beneficios.”(Cortez, 2009)

Es así como nace la contabilidad por partida doble en los momentos en que recae la edad media y surge el renacimiento. Lucca Pacioli, su creador, entrego una explicación del nuevo método contable, construyo bases de la técnica de la contabilidad y genero una forma de ver y entender el control de los negocios.

A partir de este suceso se origina lo que algunos autores llaman la contabilidad moderna, en la cual la cuenta de resultados es indispensable en el cambio del papel del contador en las empresas, dado que esta permite observar la evolución del patrimonio de la empresa; sin embargo este nuevo pensamiento lleva a la comunidad profesional de contadores a un paradigma del cual hasta este momento, algunos no han podido salir, y es ver la contabilidad solo como el instrumento para determinar la utilidad del negocio.

Según la American Accounting Asociation, existen tres corrientes paradigmáticas por las cuales ha transitado la contabilidad:

La aproximación Clásica, paradigma en el cual lo más importante es determinar la utilidad del negocio.

La aproximación de la utilidad para la toma de decisiones, el cual realiza un cambio total en el pensamiento contable, en cuanto se refiere al concepto de usuario en la información financiera, desarrollos en torno a los objetivos de la información financiera, necesidad de diseño de nuevos tipos de representación financiera, requisitos y cualidades de la información financiera.

La Aproximación de la economía de la información, paradigma en el cual el valor de la información es considerado en términos de costo-beneficio, dado que la información es un bien económico. American Accounting Asociation (Citado en Lara, 1991)

Teniendo en cuenta estos paradigmas, podemos identificar al contador público de hoy en día todavía en el paradigma de la aproximación clásica, sobretodo en empresas pequeñas y medianas, donde el contador solo se preocupa por mostrar la utilidad y es por esta razón que muchos de estos tipos de empresas fracasan.

Es por este motivo que pensamos que el contador público debe ir más allá de solo determinar una utilidad, ya que lo que la contabilidad nos puede ofrecer para la administración de los negocios es mucho más que eso, porque "Una Contabilidad bien organizada y al día, constituye la brújula que guía a la empresa, camino al éxito".

Durante la historia hemos podido observar que el contador público ha tenido un papel básicamente de control de los recursos y de determinación de ganancias, pero ahora el contador tiene una responsabilidad mucho mayor ya que no solo debe controlar los bienes, sino proporcionar por medio de la contabilidad herramientas con las cuales se pueda tomar las mejores decisiones para liderar con éxito la empresa.

***MARCO TEORICO***

*“la mayor parte de las cosas y las propiedades*

*Están ocultas a nuestros sentidos.”*

*Mario Bunge*

Hablar de profesión contable nos remite a determinar el término profesión, la cuál es el desarrollo a través de los años de un oficio determinado, enriquecido con una formación específica en un campo del saber, a la vez regulada y reconocida por la sociedad, lo que implica acumulación, transformación, producción y transmisión de conocimientos, dadas las necesidades de la comunidad en una materia en particular, según el Consejo Técnico de la Contaduría Pública “existe una cadena de transformación del saber que da lugar a una disciplina del conocimiento, la que se inicia como un oficio que luego se trasforma en profesión gracias a la actividad de convertir conocimiento tácito en explicito.” (Consejo Técnico de la Contaduría Pública, 2009)

Así la Contaduría Pública no aparece de repente, sino a través de los procesos históricos que se han generado en el desarrollo humano, y su gestación parte del oficio nacido de la necesidad de controlar y distribuir los bienes producidos en las relaciones de producción, de igual forma por la complejidad de su actividad no emergió dicha profesión hasta el desarrollo del concepto de cantidad y medida e indiscutiblemente de la aparición de la escritura como medio de transmisión de mensajes. Lo que determina la contaduría desde sus inicios como componente social de transmisión de información con fines específicos.

Para visualizar el papel que ha cumplido la profesión contable e identificar la existencia de un perfil comunicacional dentro de la sociedad, se hace pertinente realizar un recorrido histórico dentro de las etapas del desarrollo social, y en este orden de ideas se tiene que:

* el oficio contable da sus primeros pasos en la época de la barbarie.
* Posteriormente durante la esclavitud gracias al desarrollo comercial alcanzado, toma relieve el oficio como forma de control y de base para el conocimiento de los amos de sus posesiones, y la figura tomada para los individuos que cumplían estas funciones era de nomenclador.
* Debido a la tendencia social en el siglo IV, de la tenencia de propiedades pequeñas y autoabastecimiento, se da un estancamiento y/o retroceso de la práctica contable, limitándose únicamente a la actividad de recaudo de impuestos, para medir los montos recaudados.
* Es allá en los siglos XI y XII que debido a la aparición de centros urbanos dentro del feudalismos y las cruzadas toma fuerza el comercio en todo Europa, generando necesidades de información que sólo por medio de la práctica contable se podrían satisfacer, de donde parte la transformación del oficio hacia la profesión contable, ya que se requiere más que desarrollar actividades consecutivas, se requiere de producción cognitiva del individuo, para desarrollar sistemas que simplifiquen la función de brindar información de manera clara y contundente de las operaciones y actividades realizadas en las diferentes relaciones económicas de la sociedad en ese momento.

Se observa a través de la historia la relevancia que toman los contables al ser poseedores o más bien los estructuradores de información económica a partir de datos extractados del entorno por medio de sistemas o de actividades organizadas por ellos mismos para dicho fin, todo con el objetivo de transmitirla a unos determinados usuarios, que les permitiría conocer una condición o situación en particular, para enterarse al respecto o para adelantar acciones que el receptor considere necesarias. Los emisores de la información o en este caso los contables, han utilizado diferentes herramientas para estructurar y transmitir la información, herramientas que en su determinado momento el medio brindaba, o sea, la practica contable siempre ha requerido poseer conocimientos de disciplinas que enriquezcan o posibiliten el reconocimiento de los hechos económicos, disciplinas como, economía, matemáticas, derecho, entre otras, pero siempre observando cómo columna vertebral la contabilidad y como constante el objetivo de transmitir información que va hacer utilizada para diferentes fines, resaltándose durante todo el desarrollo de la practica contable, sin importar sí como oficio o como profesión, la relevancia que tiene el representar lo más acertada posible una realidad y lograr la comprensión del mensaje por parte del receptor.

Dando continuidad a la visión que se ha tenido a través del tiempo de la práctica contable, respecto a la importancia de satisfacer las necesidades de información que tiene la sociedad en general, es discusión del momento la utilidad y asimilación de la información emergida de la contabilidad y queda planteado en la reglamentación actual del Contador Público Ley 43 de 1990 en su articulado 35 parágrafo segundo, de la siguiente manera,

La Contaduría Pública es una profesión que tiene como fin satisfacer necesidades de la sociedad, mediante la medición, evaluación, ordenamiento, análisis e interpretación de la información financiera de las empresas o los individuos y la preparación de informes sobre la correspondiente situación financiera, sobre los cuales se basan las decisiones de los empresarios, inversionistas, acreedores,. Demás terceros interesados y el estado acerca del futuro de dichos entes económicos. (Ley 43 de 1990)

Así, el contador en aras de satisfacer las necesidades de los receptores o posibles receptores de la información, se le hace menester desarrollar modelos que posibiliten la elaboración de información que represente una realidad y permita identificar y analizar variables determinantes en el desarrollo de las actividades en las organizaciones; y además lograr esquemas que faciliten la asimilación de la misma por sus destinatarios. Lo que no es otra cosa que introducir elementos comunicacionales dentro de sus esquemas profesionales, y es aquí donde se requiere identificar los aspectos que permiten una comunicación adecuada y efectiva.

Es claro que el conocimiento parte de la transmisión de conceptos, y el hecho que exista esta transmisión plantea esencialmente la existencia de una relación o de encuentro entre dos elementos los cuales se retroalimentan transformándose en unidades sustancialmente diferentes a las iníciales, debido al aporte enriquecedor proporcionado por la interrelación de las mismas, en sus semejanzas y diferencias, en palabras del profesor Aguado de la Universidad de Murcia, España, “la comunicación es, en cierto sentido, simultáneamente tráfico y producción de diferencias” (aguado, 2004, p. 12). Obviamente estas unidades se desenvuelven y se relacionan en y con un entorno el cual a la vez implica un conjunto de factores determinantes en la relación de las unidades y en la generación de las cualidades en su individualidad.

Si se observa lo anterior, el conocimiento es un modelo que representa una realidad focalizada y la comunicación es un modelo por medio del cual se trata de transmitir la realidad observada, facilitando la comprensión de la misma y permitiendo identificar variables manipulables unas y otras no, para incluso llegar a una realidad imaginada o deseada por los manipuladores del modelo y/o los destinatarios de las representaciones emanadas de él; ya que en ultimas el objetivo de todo ser humano es construir una realidad de acuerdo al ideal de cada uno y para ello los individuos generan esos modelos buscando la forma de entender unas circunstancias espacio-temporales para ejecutar labores que lo lleven a alcanzar sus deseos. Acorde con esto, Mario Bunge dice que “la conquista conceptual de la realidad comienza, lo que parece paradójico por idealizaciones” Bunge (1985, citado en aguado, 2004)

Los modelos son artefactos susceptibles de representar de manera errónea una realidad debido a que, como toda creación humana es imperfecta, y una forma de disminuir este sesgo entre la realidad y su representación es la estipulación clara y exacta de los propósitos perseguidos al diseñar los modelos, y demarcar los objetivos de la información que se pretende transmitir, esto al referirnos a modelos de comunicación. El modelar implica además de lo anterior, entendiendo que se pretende comprender una realidad, identificar objetos y relacionarlos con otros, particularizando sus características sustanciales.

Según el profesor Aguado un modelo de comunicación es “Una preocupación por la interacción y la construcción de sentido entre dos o más sujetos y al mismo tiempo es la propuesta acerca de cómo debe ser esa interacción” (aguado, 2004, p.109) y el mismo autor plantea tres funciones de los modelos comunicacionales:

1. Función organizadora. (ordenar la realidad objeto de estudios)
2. Función simplificadora.
3. Función delimitadora.

El modelo de comunicación que se adoptará en este trabajo es el desarrollado por Shannon y Weaver, que se deriva del esquema canónico de la comunicación (emisor-canal-receptor):

**Código**

**Mensaje**

**Señal**

**Señal**

**Mensaje**

**Canal**

**Fuente de información**

**Destino**

**Receptor**

**Emisor**

**Fuente de ruido**

A través de la historia la exigencia de la sociedad al saber contable ha fincado en la necesidad de obtener información que enriquezca el conocimiento de un aspecto especifico para tomar decisiones lo más acertadas posibles de acuerdo a los intereses de quienes toman las decisiones, y para cumplir estas expectativas los contables han utilizado diferentes herramientas, apoyándose en disciplinas varias del saber, pero si se fija como posición de centro la idea de transmitir información, entonces se desemboca a la indefectible tarea de involucrar elementos comunicacionales para alcanzar este objetivo. Y para ello, o sea, para lograr que los elementos comunicacionales permitan una efectividad contundente en la transmisión de la información, se requiere que dichos elementos y estrategias se involucren en todos los momentos y todas las instancias del proceso contable y no sólo en el momento de la transmisión o entrega de la información a los receptores de la misma.

El enfoque comunicacional de la contabilidad debe ser permeable a cada instancia de la organización, porque como toda comunicación para la dinámica organizacional atraviesa todas las acciones de una empresa, configurando su cultura e identidad, así en este modelo de contabilidad el Contador Público debe estructurar el Sistema de Información Contable y todo el engranaje informático en torno a la perfecta asimilación de la información por parte de los receptores de la misma, lo que quiere decir que la estructura del modelo de contabilidad comunicacional propone que todo su establecimiento gira en torno a dicho propósito, o sea que ya el centro de atención de la profesión no es la información como tal, sino la asimilación que los usuarios de la información estén en capacidad de realizar de la misma.

Por ello se enfatiza en la importancia de tener claro este objetivo y estructurar entorno a él; y para ello, nos remitimos a lo expresado por Mariluz Restrepo, en el articulo Comunicación para la Dinámica Organizacional, publicado en la revista Signo y pensamiento, (Restrepo, 1995, p. 94)

El mensaje se construye en la tensión entre quien lo emana y el otro que lo comprende. Y se requiere tres tipos de acciones:

1. Producción (creación, selección y combinación de signos)
2. Transmisión (distribución, circulación, proyección, recorridos, Trayectos).
3. Recepción (lectura, apropiación, compresión, interpretación)

En este orden de ideas, se deben plantear estrategias que dentro de cada uno de los elementos comunicacionales (modelo de comunicación de Shannon y Weaver) mejoren la función que la sociedad le ha otorgado a los profesionales de la práctica contable, y tomando cada uno de los elementos se tiene:

* Fuentes de información: la información circula en el medio, es el contador el que determina que información debe coger y cuáles son los medios para ello.
* Emisor: es el contador, como estructurador y direccionador del modelo comunicacional, y se precisa determinante el conocimiento que éste posee de la operación de la organización y de ella como tal.
* Mensaje: es el producto que se quiere transmitir, y se estructura de acuerdo con su especificidad y destinatario, sin perder la visión de aproximación a la realidad.
* Canal: son los medios que el profesional contable utiliza para presentar sus productos que en este caso son la información estructurada de forma que comunique un mensaje, un sentido.
* Receptor: es el usuario de la información, es en este elemento donde se completa el ciclo de comunicación, dándole obviamente participación, escuchándole y reconociéndosele con participación en la estructura de todo el modelo de acuerdo a sus deseos e intenciones, igualmente a la capacidad de comprensión de la información que recibirá. En este elemento se identifica un alto grado de desmotivación hacia la utilización de la información suministrada por los contables. Esto como consecuencia de la falta de herramientas conceptuales que los tomadores de decisiones poseen para digerir la información brindada.

Cuando se parte de la premisa que la información toma valor en el sentido que ésta es comprendida por sus destinatarios, se genera la disyuntiva, si los receptores no están capacitados para ello, o cuáles son los medios para lograrlo, en palabras de la profesora Rendón y otros en su trabajo titulado Enfoque Comunicacional de la Contabilidad ¿Una Nueva Etapa de la Contabilidad? Publicado en la revista Semestre Económico de la Universidad de Medellín Plantean que:

Existe, además, un problema que no ha sido atendido por los contadores, y corresponde a la comprensión del mensaje por parte del destinatario. Aquí hay dos elementos: uno consiste en la capacidad del usuario para comprender y el otro corresponde a la capacidad del contador para transmitir el mensaje. (Rendón y otros, 2007, p. 142)

Por eso se plantea con este trabajo encontrar estrategias a utilizar en todo el proceso de estructuración de la información, que permitan elaborar una información útil y con los elementos requeridos para su comprensión, desarrollar habilidades comunicacionales en los emisores o transmisores de la información o sea los profesionales de la práctica contable y los medios instructivos que brinden herramientas a los receptores para asimilar el mensaje que se pretende transmitir, motivándolos acerca de la relevancia que tiene la comprensión de la información contable para una toma de decisiones efectiva. Retomando los fundamentos históricos y los elementos comunicacionales que enriquecen el rol contable planteados en este documento.

Reconociendo la comunicación como disciplina inseparable de la contabilidad dentro del desarrollo profesional del área contable, dejamos en palabras de la profesora Restrepo la apreciación de este concepto: “la comunicación es siempre un proceso en el que se construyen mensajes, la comunicación siempre está abierta a la construcción de nuevos sentidos”. (Restrepo, 1995, 95).

Como planteo Aristóteles

“comunicar es querer decir a otro algo sobre el mundo”

***MARCO CONCEPTUAL***

Los términos que definiremos a continuación fueron seleccionados por su importancia temática dentro del contenido trabajado. Sus definiciones fueron tomadas del diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe y del Diccionario De La Lengua Española - Vigésima segunda edición

**Contabilidad:** Sistema para llevar las cuentas de una empresa o entidad: en el temario de esas oposiciones hay contabilidad. Conjunto de cuentas de una empresa o entidad: lleva la contabilidad de un pequeño negocio familiar. Sistema adoptado para llevar la cuenta y razón en las oficinas públicas y particulares. Aptitud de las cosas para poder reducirlas a cuenta o cálculo. Sistema de cuentas interconectadas para registrar las magnitudes básicas de la economía nacional, resultantes de las operaciones de los agentes macroeconómicos.

**Contaduría:** Oficio y cargo de contable: *se dedica a la contaduría de empresas.* Oficina del contable o establecimiento donde se llevan a cabo la contabilidad de una empresa, entidad administrativa, etc.

**Control:** Comprobación, inspección, fiscalización, intervención. Dominio, mando, preponderancia. Oficina, despacho, dependencia, etc., donde se controla. Regulación, manual o automática, sobre un sistema. Mando o dispositivo de regulación.

**Estrategia:** Arte de dirigir las operaciones militares. Arte, traza para dirigir un asunto. En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. Técnica y conjunto de actividades destinadas a conseguir un objetivo:  
estrategia de venta, electoral.

**Oficio:** Trabajo físico o manual para el que no se requieren estudios teóricos. Comunicación escrita, referente a los asuntos del servicio público en las dependencias del Estado. Comunicación que se intercambia entre individuos de varias corporaciones particulares sobre asuntos concernientes a ellas.

**Paradigma**: Ejemplo o ejemplar: esa chica es el paradigma de la paciencia. Cada uno de los esquemas formales a que se ajustan las palabras, según sus respectivas flexiones: paradigma de la conjugación verbal. Conjunto de elementos de una misma clase gramatical que pueden aparecer en un mismo contexto: paradigma de las preposiciones.

**Profesión:** Empleo, oficio o actividad que se realiza habitualmente a cambio de un salario. Ceremonia eclesiástica en que alguien ingresa en una orden religiosa. Manifestación pública de una creencia, costumbre o habilidad.

***SISTEMA DE HIPOTESIS Y VARIABLES***

HIPOTESIS

Estrategias:

* Que los documentos provean los datos suficientes, para que cada fuente de información refleje la realidad del hecho económico. Para ello es necesario implementar un sistema de control interno en el cual se evalúen la relación entre los documentos y el hecho económico.
* Interactuar con las distintas áreas de la empresa, con el fin de tener una información más completa acerca del conocimiento específico de cada una.
* En el momento de tomar información del medio externo realizar un análisis general de las fuentes de información, para establecer cuál puede ser la fuente más confiable.
* Asesoramiento acerca de la empresa y del sector, para poder conocer los requerimientos de información en cada caso especifico.

Toda entrega de información documental, debe ir acompañada de argumentación verbal, e identificar por medio de ésta, las derivaciones que proporciona la misma.

VARIABLES

* **Elemento:** Fuentes de información

**Variable:** procedencia de los datos

**Definición:** es el lugar de donde el transmisor toma los datos

**Forma de medición:** ¿Qué tipo de fuente de información es utilizada usualmente por los usuarios de la información, y ésta es de carácter  interno o externo?

**Posibles resultados:**

* + Documental contabilidad – interno
  + Conceptual recurso humano – interno
  + Medios de comunicación – externa
  + Especializada – externa
* **Elemento:** Mensaje

**Variable:** Especificidad del mensaje

**Definición:** Carácter de focalización del mensaje

**Forma de medición**: ¿qué tipo de estado financiero es utilizado como mensaje?

**Posibles resultados:**

* + Estados financieros de propósito general
  + Estados financieros de propósito especifico
* **Elemento:** Transmisor

**Variable 1:** Conocimiento que se tiene de la empresa

**Definición:** comprensión de los procesos productivos y/o de servicio de la empresa al igual de los procesos administrativos.

**Forma de medición:** ¿Qué nivel de conocimiento se posee acerca de la empresa?

**Posibles resultados:**

* + Alto
  + Medio
  + Bajo

**Variable 2:** Relación del transmisor con la organización

**Definición:** tipo de vinculación del emisor con la organización

**Forma de medición:** ¿Cuál es la vinculación laboral?

**Posibles resultados:**

* + Brinda información
  + Servicio de asesoría
  + Servicio de consultoría
* **Elemento:** Canal de transmisión

**Variable:** forma de presentación

**Definición:** Medios utilizados para transmitir el mensaje a los receptores

**Forma de medición:** ¿Cuál es el medio utilizado para la transmisión del mensaje en la interrelación transmisor-receptor?

**Posibles resultados:**

* + Medio escrito
  + Presentación personal
  + Ambos
* **Elemento:** Receptor

**Variable:** Capacidad de comprensión

**Definición:** La capacidad que el receptor posee para comprender la información

**Forma de medición:** ¿el receptor poseeconocimientos previos?

**Posibles resultados:**

* + Si
  + no

**7. DISEÑO METODOLOGICO**

NATURALEZA DE LA INVESTIGACION: Nuestra investigación se centra en un análisis cualitativo-descriptivo, debido a que pretendemos identificar los factores que irrumpen en el modelo comunicacional de las empresas con el fin de encontrar estrategias que mejoren la función comunicacional del contador y su rol en la organización.

FASES Y PROCEDIMIENTOS:

* Recolección de información: Identificación de fuentes, primarias(entrevistas) y secundarias(revisión bibliográfica)
* Análisis de la información: Relacionar elementos y variables extractadas de la información adquirida
* Elaboración de Propuesta: Presentación de las estrategias que según la investigación, mejoran la función comunicacional del contador y su rol en la toma de decisiones empresariales.

POBLACION Y MUESTRA:

Tipo de muestreo: muestreo intencionado

*Población:* Profesores de la facultad de ciencias económicas de la U de A

*Muestra:* Algunos profesores de diferentes áreas, (entre 5 y 8)

*Población:* Contadores Profesionales que ejercen en la ciudad de Medellín.

*Muestra:* Algunos contadores profesionales que ejercen en la ciudad de Medellín. (10 contadores)

INSTRUMENTO:

*Entrevista*

Preguntas para la Entrevista

* ¿Qué elementos considera que debe tener un documento fuente para que este refleje fielmente el hecho económico?
* ¿Cómo cree usted que se puede mejorar la interacción del contador con las diferentes aéreas de la empresa y en que aportaría esto en la calidad de la información?
* ¿Cómo cree usted que sería la mejor forma de obtener información de carácter externo?
* ¿Considera usted que la información documental es suficiente para satisfacer las necesidades de información de la empresa?
* ¿Cuál cree usted que sería la herramienta más adecuada para conocer los requerimientos de información del tomador de decisiones?
* ¿Qué cambios deben sufrir los informes financieros para mejorar su comprensión por parte de los usuarios?

TRATAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACION: Básicamente nos centraremos en identificar diferencias y similitudes entre los entrevistados. Y retomar elementos conceptuales de las fuentes bibliográficas.

**8. PLAN OPERATIVO**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Actividad/semana** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** |
| 1 | Estudio y recolección del material bibliográfico relacionado con las estrategias comunicacionales del contador público. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Reunión Nº1 con asesor. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Discernimiento, selección de la población y la muestra a investigar. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Reunión Nº1 con asesor. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Realización de entrevistas a profesionales académicos, transcripción y análisis. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Reunión Nº1 con asesor. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Realización de entrevistas a contadores que ejercen la profesión, transcripción y análisis. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Reunión Nº1 con asesor. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | Tabulación y análisis de la información de la información extraída de las fuentes primarias y secundarias. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Reunión Nº1 con asesor. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | Elaboración del informe final. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 | Reunión Nº1 con asesor. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13 | Exposición del informe final |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**PRESUPUESTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DETALLE** | **FUENTES** | | | **TOTAL** |
|  | **OTROS** | **UDEA** | **PROPIAS** |  |
| PERSONAL |  | 1’500.000 | 6’000000 | $7’500.000 |
| EQUIPO |  |  | 1’000.000 | 1’000.000 |
| MATERIALES |  |  | 105.000 | $105.000 |
| BIBLIOGRAFIA | 310.000 | 450.000 | 350.000 | $1’110.000 |
| SERVICIOS TECNICOS |  | 83.000 | 135.000 | $218.000 |
| PUBLICACIONES |  | 1.300.000 |  | $1’300.000 |
| OTROS |  |  | 495.000 | $495.000 |
| **TOTAL** | 310.000 | 3’333.000 | 8’085.000 | **$11’728.000** |

**9. BIBLIOGRAFIA**

* Comunicación y cognición: Bases epistemológicas de la complejidad, Aguado, Juan Miguel, comunicación social, Sevilla, 2003.
* La Comunicación humana en el mundo contemporáneo, collado, Carlos Fernández, García, Laura Galguera, tercera edición, Mc Graw Hill, 2008
* Aproximación a una propuesta de comunicación organizacional, revista paginas: revista académica e institucional de la Universidad católica de Pereira Nº 5, abril 2001 p.52-60, Galvis González, José Ariel.
* Las etapas del pensamiento comunicacional, Miége, Bernard, 1995, revista signo y pensamiento vol.14 Nº 26 enero- junio/1995, p. 109-138
* El fenómeno de la información: una aproximación conceptual al flujo informativo, Pérez Gutiérrez, Mario, editorial trotta, Madrid, 2000
* Introducción a las teorías de la cognición y la información, aguado terrón, Juan miguel, universidad de Murcia España, 2004.
* De las quimeras a la comprensión de la realidad: un acercamiento a los modelos de comunicación, Sánchez zuluaga, Uriel Hernando, revista anagramas, rumbos y sentidos de la comunicación, universidad de Medellín, Nº 02, enero-junio 2003, p. 99-116
* Comunicación para la dinámica organizacional, Restrepo J., Mariluz, revista signo y pensamiento vol.14 Nº 26 enero-junio/1995 p. 91-96
* Los contadores del futuro, castro, René, Cedeño Jeysy, 2001, revista el contador público, Nº 91, julio – 2001, p. 34-36
* Tarifas de honorarios profesionales, consejo técnico de la contaduría pública, 16-junio/2009
* Ley 43 de 1990 reglamentación de la profesión contable
* Decreto 2649/1993
* Enfoque comunicacional de la contabilidad: una nueva etapa de la contabilidad?, Rendón Arcila, Nidia Elena ; Agudelo Henao, Luis Fernando ; Herrera Marchena, Luis Guillermo, revista semestre económico(Medellín) vol. 10 Nº 19 enero-junio/2007, p. 125-143
* Diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe
* DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA - Vigésima segunda edición