



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO RAFAEL RANGEL
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y POLITICAS
DEPARTAMENTO DE POSTGRADO DERECHO MERCANTIL
TRUJILLO ESTADO TRUJILLO**

**INTELIGENCIA EMOCIONAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA
PARA EL FOMENTO DE LA ETICA TRIBUTARIA EN LOS
CONCESIONARIOS AUTOMOTRICES DEL MUNICIPIO VALERA,
ESTADO TRUJILLO.**

Autora: Lcda. Martínez R María F.

Tutor: MSc. Henry Castellanos.

Abril, 2019



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO RAFAEL RANGEL
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y POLITICAS
DEPARTAMENTO DE POSTGRADO DERECHO MERCANTIL
TRUJILLO ESTADO TRUJILLO**

**INTELIGENCIA EMOCIONAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA
PARA EL FOMENTO DE LA ETICA TRIBUTARIA EN LOS
CONCESIONARIOS AUTOMOTRICES DEL MUNICIPIO VALERA,
ESTADO TRUJILLO.**

www.bdigital.ula.ve

**(Trabajo Especial de Grado presentado para optar al título de
Especialistas en Derecho Mercantil, Mención Tributos Empresariales)**

Autora: Lcda. Martínez R María F.

Tutor: MSc. Henry Castellanos.

Abril, 2019

DEDICATORIA-

No tuve miedo de emprender otro reto profesional, por eso levanté las alas de mi corazón e inicié el vuelo hacia ese nuevo sueño, con una fe inquebrantable en mi misma, esforzándome para llegar a mi destino, el éxito. Hoy logré otra meta y me siento inmensamente feliz, por eso dedico este trabajo.

Primeramente a Dios por iluminarme, guiarme y protegerme en este camino de aprendizaje. Gracias Dios por ser mi guía y confidente.

A los dos seres que amo con todas mis fuerzas, que más que mis padres son mis tesoros y ángeles, Alba y Jesús, cada vez que pienso en ustedes me doy cuenta que soy privilegiada porque son el regalo más grande, bello y maravilloso que Dios me dio, gracias por tanto amor, por darme la educación y enseñarme que sí se pueden lograr los sueños. Son mi motivación más grande y pilar fundamental en todo lo que soy.

A Magalys, Aracelis, Yamilet, Luis Alberto y José Luis, quienes me han mostrado lo bueno que es tener hermanos. Por los ejemplos de perseverancia, constancia y valentía que los caracterizan y que me han infundido siempre con el valor mostrado para salir adelante. Los amo muchísimo. A Jhony por apoyarme en todo momento con su amor y paciencia en esta etapa, te amo.

A mis tiernos sobrinos y toda mi familia, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su cariño. Por eso son mi inagotable fuente de amor y apoyo. A mis suegros y todas aquellas personas que me han apoyado y motivado para alcanzar mis metas. Mil gracias.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de Los Andes, Núcleo Universitario Rafael Rangel “Carmona”, por permitirme adquirir conocimientos en tan respetada Institución y haber prestado toda su colaboración para la culminación de esta valiosa meta.

A mis compañeras y amigas de clase Lina, Carmen, Loreynys y Adriana. Gracias por compartir esos momentos de satisfacción y alegrías

A mi tutor Henry Castellanos, gracias por apoyarme con sus conocimientos, paciencia, dedicación, criterio y consejos para la elaboración de este trabajo. Sinceramente ha sido un privilegio contar con su guía y ayuda.

A los profesores José Conte, Jhoel Furguerle y Sandy Briceño por todo su apoyo que contribuyeron para que este trabajo cumpliera con todos los lineamientos establecidos. Gracias por su valiosa asesoría.

A todos los profesores que conformaron el equipo académicos en esta especialidad, que con sus conocimientos fueron parte de esta atapa.

Al personal de alta y media gerencia de los concesionarios automotrices del municipio Valera por brindarme receptividad, apoyo y colaboración. Eternamente agradecida.

ÍNDICE GENERAL

	pág.
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE GENERAL	Viii
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRAFICOS	xiii
RESUMEN	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema.....	3
Formulación del Problema.....	10
Sistematización del Problema.....	10
Objetivos de la investigación.....	11
Objetivos general.....	11
Objetivos específicos.....	11
Justificación de la investigación.....	11
Delimitación de la investigación.....	13
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	
Antecedentes de la investigación.....	15
Bases Teóricas.....	24
Inteligencia emocional.....	24
Inteligencia emocional empresarial.....	25
Áreas de aplicación.....	28
Manejo de conflictos.....	30

Adaptación a cambios.....	31
Toma de decisiones.....	32
Negociaciones.....	34
Trabajo en equipo.....	35
Ventajas.....	37
Comunicación eficaz.....	39
Clima organizacional óptimo.....	40
Trabajadores responsables.....	41
Productividad empresarial.....	42
Ética tributaria.....	43
Compromisos éticos.....	46
Principios éticos tributarios.....	49
Elementos éticos tributarios.....	50
Participación responsable.....	52
Honestidad y transparencia.....	54
Equilibrio tributario.....	56
Conciencia tributaria.....	58
Naturaleza social.....	60
Naturaleza política.....	62
Naturaleza jurídica.....	64
Naturaleza económica.....	65
Bases Legales.....	67
Operacionalización de la variable.....	74
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	
Tipo de investigación.....	75
Diseño de la investigación.....	76
Población.....	77
Técnicas e Instrumento para la Recolección de Datos.....	80

Revisión de la validez del instrumento.....	81
Revisión de la confiabilidad del instrumento.....	82
Presentación de los resultados.....	84
Procedimientos de la investigación.....	84
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	
Análisis e interpretación de los resultados.....	86
Lineamientos teóricos.....	147
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones.....	152
Recomendaciones.....	159
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	162
ANEXOS.....	167

www.bdigital.ula.ve

ÍNDICE DE CUADROS

Nº		Pág.
1	Operacionalización de las variables.....	74
2	Población.....	79
3	Rangos y Magnitudes de interpretación del coeficiente de confiabilidad.....	83
4	Estadísticos de confiabilidad.....	84

www.bdigital.ula.ve

ÍNDICE DE TABLAS

Nº		Pág.
1	Frecuencia de conflictos laborales en la empresa.....	87
2	Implementación de talentos para solucionar conflictos.....	88
3	Nivel de adaptación a los diferentes cambios empresariales.....	90
4	Desarrollo de la inteligencia emocional para minimizar conflictos por falta de adaptación a los cambios.....	92
5	Grado de responsabilidad para tomar decisiones laborales.....	94
6	Estimulo de la inteligencia emocional para tomar decisiones.....	95
7	Persistencia de las negociaciones para aumentar la rentabilidad y productividad empresarial.....	97
8	Utilización de Inteligencia emocional empresarial para realizar negociaciones.....	99
9	Desarrollo del trabajo en equipo en las empresas.....	101
10	Nivel de productividad empresarial al trabajar en equipo.....	102
11	Disposición de líderes empresariales capaces de guiar los equipos de trabajo con inteligencia emocional.....	103
12	Existencia de comunicación eficaz para mejorar el ambiente organizacional.....	106
13	Nivel de comunicación entre los líderes y trabajadores para realizar adecuadamente las actividades.....	107
14	Garantía de clima organizacional óptimo.....	109
15	Importancia del desarrollo de inteligencia emocional empresarial para lograr un clima organizacional óptimo.....	110
16	Grado de responsabilidad de los trabajadores.....	112
17	Garantía de estímulo a los trabajadores para que exploren sus capacidades.....	113
18	Estimulo de la productividad empresarial.....	115
19	Logros de fusión entre inteligencia emocional empresarial y productividad laboral.....	116
20	Reconocimiento de los beneficios de principios éticos	119

	tributarios.....	
21	Práctica de los principios éticos tributarios.....	120
22	Conocimiento de elementos éticos tributarios.....	122
23	Elementos éticos tributarios practicados.....	124
24	Desarrollo de la ética tributaria por medio del cumplimiento de las obligaciones tributarias.....	125
25	Imposición de las obligaciones tributarias.....	127
26	Honestidad y transparencia en los procesos de fiscalización de la administración pública.....	129
27	Herramientas empresariales para adquirir comportamiento responsable y ético.....	130
28	Nivel de vínculo entre equilibrio tributario y gastos públicos.....	132
29	Opiniones de los contribuyentes.....	134
30	Desarrollo del ejercicio tributario para construir una sociedad equitativa.....	136
31	La comunicación como impulso de bienestar social.....	137
32	Principios, valores y estrategias para mejorar los procedimientos tributarios.....	139
33	Políticas empresariales.....	140
34	Nivel de conciencia tributaria.....	141
35	Realización de actividades económicas bajo el cumplimiento de normas jurídicas.....	143
36	Objetivos para alcanzar conciencia económica.....	144
37	Logro de objetivos económicos empresariales.....	146

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº		Pág.
1	Frecuencia de conflictos laborales en la empresa.....	87
2	Implementación de talentos para solucionar conflictos.....	89
3	Nivel de adaptación a los diferentes cambios empresariales.....	91
4	Desarrollo de la inteligencia emocional para minimizar conflictos por falta de adaptación a los cambios.....	92
5	Grado de responsabilidad para tomar decisiones laborales.....	94
6	Estimulo de la inteligencia emocional para tomar decisiones.....	96
7	Persistencia de las negociaciones para aumentar la rentabilidad y productividad empresarial.....	98
8	Utilización de Inteligencia emocional empresarial para realizar negociaciones.....	99
9	Desarrollo del trabajo en equipo en las empresas.....	101
10	Nivel de productividad empresarial al trabajar en equipo.....	102
11	Disposición de líderes empresariales capaces de guiar los equipos de trabajo con inteligencia emocional.....	104
12	Existencia de comunicación eficaz para mejorar el ambiente organizacional.....	106
13	Nivel de comunicación entre los líderes y trabajadores para realizar adecuadamente las actividades.....	108
14	Garantía de clima organizacional óptimo.....	109
15	Importancia del desarrollo de inteligencia emocional empresarial para lograr un clima organizacional óptimo.....	111
16	Grado de responsabilidad de los trabajadores.....	112
17	Garantía de estímulo a los trabajadores para que exploren sus capacidades.....	114
18	Estimulo de la productividad empresarial.....	115
19	Logros de fusión entre inteligencia emocional empresarial y productividad laboral.....	117
20	Reconocimiento de los beneficios de principios éticos	119

	tributarios.....	
21	Práctica de los principios éticos tributarios.....	121
22	Conocimiento de elementos éticos tributarios.....	122
23	Elementos éticos tributarios practicados.....	124
24	Desarrollo de la ética tributaria por medio del cumplimiento de las obligaciones tributarias.....	126
25	Imposición de las obligaciones tributarias.....	127
26	Honestidad y transparencia en los procesos de fiscalización de la administración pública.....	129
27	Herramientas empresariales para adquirir comportamiento responsable y ético.....	131
28	Nivel de vínculo entre equilibrio tributario y gastos públicos.....	133
29	Opiniones de los contribuyentes.....	134
30	Desarrollo del ejercicio tributario para construir una sociedad equitativa.....	136
31	La comunicación como impulso de bienestar social.....	137
32	Principios, valores y estrategias para mejorar los procedimientos tributarios.....	139
33	Políticas empresariales.....	140
34	Nivel de conciencia tributaria.....	142
35	Realización de actividades económicas bajo el cumplimiento de normas jurídicas.....	143
36	Objetivos para alcanzar conciencia económica.....	145
37	Logro de objetivos económicos empresariales.....	146



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO RAFAEL RANGEL
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y POLITICAS
DEPARTAMENTO DE POSTGRADO DERECHO MERCANTIL
TRUJILLO ESTADO TRUJILLO**

**LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA
PARA EL FOMENTO DE LA ETICA TRIBUTARIA EN LOS
CONCESIONARIOS AUTOMOTRICES DEL MUNICIPIO VALERA,
ESTADO TRUJILLO.**

Autora: Lcda. Martínez R María F
Tutor: MSc. Henryr Castellanos
Año 2019

RESUMEN

El objetivo general de esta investigación fue analizar la inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo. Manejando como dimensiones las áreas de aplicación y ventajas de inteligencia emocional empresarial, compromisos y conciencia de ética tributaria. La investigación se sustentó teóricamente sobre los autores Álvarez y Herrera (2014), Goleman (2016), Lizzotte (2011), Londoño (2010), entre otros. Para alcanzar los objetivos se utilizó una metodología de tipo descriptiva y un diseño de campo, la población estuvo conformada 22 trabajadores de alta y media gerencia. Para la recolección de los datos se implementó como instrumento un cuestionario mixto de 37 ítems validado por tres expertos. Los resultados revelan que no se está aprovechando eficientemente las habilidades que puede proporcionar la inteligencia emocional empresarial como instrumento para fomentar y maximizar ética tributaria en los concesionarios, por tanto se invita a que se documenten, informen e instruyan más sobre inteligencia emocional empresarial y ética tributaria, además tomar ambas teorías como estrategias empresariales para el fortalecimiento de las emociones, comportamientos y habilidades empresariales que proporcionen capacitación para actuar ante diferentes procesos, circunstancias o problemáticas, en especial para lograr una relación jurídica tributaria eficiente.

Palabras clave: Inteligencia emocional empresarial, ética tributaria, relación jurídica tributaria, compromisos y conciencia ética.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las empresas buscan un equilibrio económico que les garanticen beneficios propios con las exigencias del entorno en el cual desarrolla sus actividades, dichos requerimientos necesitan del compromiso responsable, moralista y estratégico, lo cual se puede lograr por medio de inteligencia emocional empresarial y ética tributaria, usándose ambas teorías como estrategias empresariales para el fortalecimiento de las emociones, comportamientos y habilidades empresariales que proporcionen capacitación para actuar ante diferentes procesos, circunstancias o problemáticas.

Es favorable para las empresas aplicar inteligencia emocional porque permite autocontrol en diferentes áreas ayudando a manejar adecuadamente los conflictos, adaptarse a los cambios, tomando decisiones correctas de acuerdo al tipo de negociación y obteniendo buenos equipos de trabajo. Lo cual proporciona ventajas de comunicación eficaz, garantizando clima organizacionales óptimos y trabajadores responsables que aumentaría la productividad empresarial.

Para fomentar la ética tributaria es necesario cumplir con los compromisos éticos, los cuales deben estar acompañados por los principios y elementos necesarios para una buena participación responsable tanto de los contribuyentes como del Estado, donde surja honestidad y transparencia en los procesos empresariales para lograr un equilibrio tributario adecuado. Además adquirir suficiente conciencia tributaria en el ámbito social, político, jurídico y económico para ejecutar con moralidad las obligaciones tributarias.

Según lo anterior, puede proporcionar la inteligencia emocional empresarial una estrategia para fomentar y maximizar la ética tributaria, generando mayor comunicación e interrelación entre trabajadores, al igual ayuda en la relación jurídica tributaria entre las empresas y administración pública. Con el fin de lograr lo anterior se lleva a cabo la siguiente

investigación con el objetivo de analizar la inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo. Para llevar a cabo esta investigación se estructura de la siguiente manera:

Inicialmente, el Capítulo I está conformado por el problema, planteamiento, formulación y sistematización, objetivo general y específicos de la investigación, así como la justificación y delimitación de la misma.

Consecutivamente, el Capítulo II, marco teórico del cual se despliegan los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, bases legales, el sistema de variables donde se estructura las dimensiones y sus respectivos indicadores, así como las definiciones conceptuales.

Sucesivamente, el Capítulo III comprende el marco metodológico en el cual se refleja el tipo y diseño de investigación, población de estudio, la técnica e instrumento de recolección de datos, la validez y confiabilidad del instrumento, la presentación de los resultados.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados mediante el análisis e interpretaciones de los datos obtenidos del instrumento, a los cuales se les dará un tratamiento estadístico y generara lineamientos teóricos derivado de los resultados.

Finalmente el Capítulo V contentivo de las recomendaciones y conclusiones de la investigación, conforme al análisis e interpretación de los datos, fundamentándose en las bases teóricas. Finalizando con las referencias bibliográficas y los anexos respectivos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Con el trascurso del tiempo las personas adquieren responsabilidades y obligaciones como consecuencia de la vida en sociedad, lo cual debe estar regido por un Estado que controle, dirija el comportamiento y garantice el bienestar integral de todos, para poder lograr tal fin, debe existir cooperación entre las personas que forman el círculo social, a la vez para mantener a flote la economía es indispensable contribuir justa y responsablemente con los tributos, garantizando al Estado o Gobierno poder satisfacer las necesidades de la comunidad.

Actualmente se vive un período de gran transformación, pues el fenómeno tributario se ha liberado de estigmas, construyendo para el Estado moderno una realidad socialmente necesaria, por ende sometida en su totalidad a leyes, reglamentos, ordenanzas, métodos y procedimientos. La sociedad tiene una tarea importante por forjar y evolucionar a través de la ética tributaria, dicha debe ser el motor principal para las buenas actuaciones que conlleven a la sociedad a vivir en un entorno que se adecúe a las necesidades básicas, donde el Estado junto con la población formen una economía sustentable y armónica que genere los factores necesarios para el buen funcionamiento del país.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se puede cultivar junto con la inteligencia emocional en las empresas una combinación entre comportamientos, creencias, actos, aspiraciones e ideales sociales que determinen una acción humana en contribuir para lograr un fin superior a través de la satisfacción de las cargas del Estado para así garantizar el buen funcionamiento de los servicios y procedimientos en general. De esta manera

para Goleman (2016, p.28) “permite conocer y manejar los acciones, interpretar o enfrentar los sentimientos de los demás, sentirse satisfechos y ser eficaces en las empresas, a la vez que crear hábitos mentales que favorezcan la propia productividad empresarial”. Por lo tanto logrando un bien común, que beneficie a las personas, empresas y Estado.

Es importante señalar, la inteligencia emocional empresarial puede convertirse en un puente para garantizar mayor eficiencia en el sistema tributario, estableciendo actitudes que rijan la fiscalización, control, recaudación de los tributos de un Estado en una época o periodo determinado, logrando mayor calidad de vida y protegiendo la economía nacional. Por lo tanto, es necesario que las personas desarrollen conjuntamente una ética tributaria compuesta por un sistema de valores y compromisos que involucre tanto derechos como responsabilidades para el Estado, sus agentes y los contribuyente.

Por consiguiente la ética tributaria es una corriente de pensamiento efectiva para el buen funcionamiento de la relación jurídica tributaria entre contribuyente y Estado. Para Lizzotte (2011, p.24) es “una manera adecuada de contribuir; es decir, pagar las contribuciones de manera voluntaria y en la cuantía debida a la que tiene derecho la administración pública, así como adecuada obtención, manejo y aplicación de los recursos económicos”. De modo que, la actividad financiera del Estado debe orientarse a la satisfacción real de las necesidades públicas bajo el control legal.

Por otra parte, el pago de los tributos para Álvarez y soto (2014, p.45) es un “acto que implica necesariamente la existencia de elementos éticos, para lo cual se debe llegar a la conciencia de todos los habitantes formando el hábito de pago de impuestos voluntarios y no obligados por alguna ley”, es decir, siempre se ha visto como una imposición, en donde los beneficios que se perciben no compensan los aportados, no sólo económicamente sino

socialmente. De lo cual se deriva un conjunto de acciones y procedimientos ilegales que desencadenan la evasión fiscal por parte del contribuyente.

Han surgido diferentes flagelos económicos en la sociedad actual tales como la evasión fiscal, los cuales representan delitos públicos que afectan aspectos tributarios de muchos países latinoamericanos, por ende, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2016) hizo llamado a los mismos para luchar contra la evasión, defraudación e ilícitos tributarios, debido a su elevado impacto en la estabilidad económica, estrategias de desarrollo y gobernabilidad en general. Por lo tanto, es necesaria incorporar la ética tributaria junto con formulación de estrategias de control, fiscalización y recaudación fiscal eficiente fundamentales en dicha lucha. Resulta claro que el esfuerzo por controlar el cumplimiento tributario y generar un riesgo creíble ante el incumplimiento no basta por sí solo para vencer las prácticas evasivas.

Es por ello, que no puede pretenderse manejar solo el enfoque de los ilícitos tributarios, sino que es necesario profundizar la unión que debe existir entre Estado y ciudadano para controlar los mismos, para ello es necesario desarrollar inteligencia emocional empresarial junto con la ética tributaria, las cuales deben fusionarse para crear estrategias que contrarresten las malversaciones e ilegalidades tributarias, que permitan concientizar a los empresarios y demás ciudadanos, a su vez concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos. Un mayor nivel de inteligencia emocional y conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario, junto a una percepción de riesgo efectivo por el incumplimiento, permitirá a los países de la región disminuir los elevados índices de evasión.

Ahora bien, es necesario destacar que en Venezuela el ciudadano tiene el deber de contribuir tributariamente para el sostenimiento social y económico del país, pues en la Constitución de la República Bolivariana de

Venezuela (1999) establece en el Art. 133 que “toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la ley” (p. 21), con el objetivo que el Estado pueda satisfacer las distintas necesidades a los contribuyentes mediante servicios, obras públicas Nacionales, Estadales y Municipales, lo cual evidencia que existe una obligación real sustentada en el marco legal, que señala al contribuyente como principal responsable del cumplimiento de los deberes formales.

Para garantizar el cumplimiento del marco legal anteriormente señalado, nace en 1994 en Venezuela el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria. Dicha Administración ha realizado operativos para verificar el cumplimiento normativo tributario, sancionando a contribuyentes por faltas u omisiones contrarias a las leyes y disposiciones tributarias. Pues ignoran la inteligencia emocional empresarial, no son conscientes de la responsabilidad tributaria pues son muchas las empresas y personas que realizan acciones ilícitas para eludir impuestos. Mayormente esto ocurre por falta de ética tributaria en los venezolanos, que ha distorsionado el sentido de contribuir a los gastos públicos pues la vivacidad criolla ha llevado a evadir impuestos, todo causado por ausencia de una verdadera cultura tributaria.

De esta realidad no escapa la región andina, pues cada vez más contribuyentes de los estados Mérida, Táchira y Trujillo viven en apatía a las palabras “ética Tributaria”, pues mediante artículo informativo digital publicado por el portal Web del SENIAT (2016) en sección de noticias se puede conocer que las fiscalizaciones hechas a los Estados antes mencionados, arrojaron doscientos setenta y tres (273) contribuyentes sancionados por incumplir en diversas actividades económicas, porcentualmente un 89%. Por ende es necesario destacar, que los contribuyentes deben adoptar el compromiso en cumplir sus deberes

tributarios, puesto que la cifra de sujetos pasivos objeto de penalizaciones y cierre son significativas.

Lo antes mencionado pone en manifiesto que en el estado Trujillo existe un margen de evasión e ilícitos tributarios, dejando a un lado la ética tributaria pues no es un factor palpable en el comportamiento del todos los contribuyente. En consideración a lo anterior, se toma el rubro empresarial de los concesionarios automotrices para la investigar ya que por entrevista no estructurada sostenida con el personal del departamento administrativo de los concesionarios Toyota, Ford y Hyundai ubicados en el Municipio Valera se pudo constatar que conocen sobre algunos puntos relacionados con la ética tributaria pues consideran que la declaración y pago de diferentes impuestos, tasas y contribuciones es un factor determinante para medir la ética tributaria en una empresa.

Dichos requisitos se manejan para cumplir las diferentes leyes tributarias y fiscales ya que es una imposición del Estado pero no se conocen más indicadores que determinen el nivel del compromiso social a la hora de cultivar más ventajas sociales, por ende hay escasa presencia de valores y compromisos tributarios que vayan más allá de las exigencias fiscales, no han establecido o diseñado obligaciones morales, participaciones responsables externa para el beneficio social en general que puedan manejar y controlar directamente los concesionarios, afectando directamente la conciencia tributaria.

Al igual manera se pudo constatar que conocen poco sobre el tema de inteligencia emocional empresarial, por ende llegar a la eficiencia del sistema tributario en las empresas por esta variable es una tarea ardua, pues es necesario profundizar la enseñanza de la misma en diferentes aspectos aplicables tales como, manejar conflictos que pueden suscitarse entre las mismas empresas o contribuyentes y la Administración Tributaria, adaptarse a diferentes cambios, tomar decisiones adecuadas para el beneficio propio y

social en general, trabajar en equipo para lograr mayor productividad y eficiencia en los procesos, aumentar la motivación de los trabajadores tanto profesional como económicamente, además mejorar el liderazgo eficiente en la alta gerencia empresarial.

De no lograrse lo antes descrito, no se pueden obtener las ventajas que otorga el desarrollo de inteligencia emocional empresarial que serían significativas tanto para las empresas como para la Administración Pública, los contribuyentes con mejor capacitación son más responsables en cumplir los compromisos tributarios, pues rigiéndose adecuadamente por los parámetros legales y reglamentarios, obtendrían ventajas como la comunicación eficaz, climas organizacionales óptimos, trabajadores responsables, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo y organización grupal, logrando mayor tributación para el Estado, pues a mayor producción mayor recaudación.

Pese a lo antes descrito, cada vez aumenta el número de empresas en diferentes rubros comerciales que evaden impuestos, dejando a un lado los valores éticos e inteligencia emocional empresarial con los cuales se disipa la posibilidad en adquirir las capacidades de lograr conciencia y unión entre las obligaciones propias del contribuyente y la administración tributaria, pues la empatía que debe existir entre ambos es poco alentadora, ya que el contribuyente ve a la Administración Tributaria con desconfianza, apatía e inseguridad, no como un medio de orientación, perdiendo con esto habilidades sociales, pues hay escasa capacidad en encontrar puntos comunes para estrechar lazos reales y fieles entre ambos.

Así mismo, la ética tributaria no es un factor palpable en el comportamiento de todos los contribuyentes trujillanos, pues donde se presentan actos ilícitos no hay presencia de compromisos éticos tributarios, así como también escaso cumplimiento de principios y elementos éticos tributarios, participación responsable, honestidad, transparencia y equilibrio

tributario. Afectando directamente la conciencia tributaria de naturaleza política, económica, jurídica y administrativa.

El posible desencadenante de los actos evasivos y por ende la insuficiente recaudación fiscal es una profunda duda, apatía y suspicacia que genera el ciudadano por una administración pública poco veraz, surgiendo la vinculación entre la conducta ética del sujeto pasivo o contribuyente y la conducta legal de las entidades recaudadoras, sujeto activo. En tal sentido, los contribuyentes desconfían de la administración pública porque no ven reflejada la inversión tributaria en servicios óptimos que garanticen al máximo la satisfacción de las necesidades sociales.

Todo esto afectando directamente al Estado y sus actividades, desencadenando inequidad en la Administración Tributaria, poco control en la gestión de recursos del Estado, por consiguiente la legitimación de una potestad recaudadora tan necesaria para el sostenimiento del Estado y el desarrollo social normal. Aunado a la situación, los contribuyentes pueden verse afectados por consecuencias que recaerían sobre ellos por el incumplimiento en leyes o evasivas del pago de impuestos que llevaría al Estado a imponerles sanciones pecuniarias, cierre de establecimientos o en casos más graves en procedimientos penales.

Para mitigar lo antes descrito, Londoño (2010, p.42) expresan que “es necesario desarrollar una ética tributaria bidireccional, con responsabilidad del poder público y obligación consciente de las personas naturales y jurídicas frente a la sociedad para cumplir con el deber ciudadano” para esto, es necesario cultivar estrategias educativas por parte del Estado, cuya finalidad debe ser crear cultura tributaria sólida, gestionando sus acciones dentro de un marco legal, lograr transparencia mediante rendición de cuentas claras, que lograría mayor conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario, permitiendo disminuir los índices evasivos de impuestos porque se crea la percepción de una Administración justa y confiable, por lo tanto

eficazmente influyente, logrando que los contribuyentes respondan con la misma responsabilidad y conciencia.

Lo mencionado anteriormente no tendría el efecto que se requiere para lograr cambios significativos en la ética contributiva del país, si no existiera la firme convicción que el ser humano no sólo necesita para su desarrollo personal, laboral o académico acrecentar su coeficiente intelectual, sino también desarrollar sus habilidades de Inteligencia Emocional, lo cual debe ponerse en práctica e incluirse en etapas tempranas de la educación y enseñanza a nivel social en las propias instituciones encargadas de regular los aspectos impositivos, logrando ayudar notablemente con el objetivo deseado que beneficie a toda la sociedad.

Ante lo expuesto, se plantea con ésta investigación adquirir una herramienta informativa que permita analizar este tema para contribuir con el fortalecimiento que requiere los concesionarios automotrices del Municipio Valera con respecto a la inteligencia emocional que debe poseer todo los gerentes con el fin de fomentar la ética tributaria. Por consiguiente, el estudio de esta investigación proyecta una interrogante que a su vez permitirá la obtención de los objetivos de dicha investigación:

Formulación del problema

¿Cómo es la inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo?

Sistematización del problema

¿Cuáles son las áreas de implementación de la inteligencia emocional empresarial presentes en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo?

¿Cuáles son las ventajas de aplicar la inteligencia emocional empresarial en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo?

¿Qué valores y compromisos éticos tributarios son puestos en práctica en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo?

¿Cómo es la conciencia tributaria existente en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo?

¿Cuáles son los lineamientos teóricos a seguir de inteligencia emocional empresarial para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Analizar la inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo

Objetivos específicos

Precisar las áreas de implementación de la inteligencia emocional empresarial presentes en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo.

Conocer las ventajas de aplicar la inteligencia emocional empresarial en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo.

Identificar los compromisos éticos tributarios puestos en práctica en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo.

Describir la conciencia tributaria existente en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo.

Generar lineamientos teóricos de inteligencia emocional empresarial para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo.

Justificación de la Investigación

Se propone el estudio de la inteligencia emocional empresarial como herramienta para fomentar el desarrollo en diferentes áreas aplicables y así adquirir diversos conocimientos que proporcionen ventajas para obtener conciencia en el cumplimiento voluntario de las obligaciones impositivas, logrando el impulso de la ética tributaria. Por lo tanto, desde la perspectiva teórica la investigación es justificada por un gran número de autores que investigan, expresan sus puntos de vista sobre éstos tema, tal como Álvarez y Herrera (2014), Goleman (2016), Lizzotte (2011), Londoño (2010), entre otros, quienes buscan integrar el conocimiento para que las empresas lo tomen como herramienta de crecimiento, igualmente son guías científicas que permite a los investigadores adquirir conocimientos previos del tema a investigar para así poder profundizarlo.

Desde la perspectiva metodológica, el trabajo está orientado hacia una investigación descriptiva de campo en la cual se incluye técnicas e instrumentos específicos (entrevistas/cuestionarios) los cuales fueron implementados para la recolección de información a estudiar, en función a los objetivos planteados, lo cual permitió que la información que se obtenga sirva para guía, sustento e incluso toma de decisiones para los concesionarios automotrices del municipio Valera con respecto a la importancia de fomentar la inteligencia emocional contributiva y la ética

tributaria. Así como también que sirva para punto de partida en nuevas investigaciones relacionadas a éste tema.

La investigación permitirá conocer nuevos puntos de vista a cerca de la inteligencia emocional empresarial, ética tributaria, la interrelación eficiente de estos dos temas lo cual será guía de conocimiento para la contaduría pública, administración, economía, derecho y demás carreras, ya que los avances sociales intiman a dichas carreras a prepararse, capacitarse e instruirse en estos temas que son indispensable actualmente para las organizaciones y empresas.

Por ende, los profesionales deben tener la capacidad para proponer o dar ideas de estos temas. El resultado que se obtengan en ésta investigación será de ayuda para los concesionarios automotrices así como para demás empresas e instituciones ya que brindará conocimiento acerca de cómo manejar la inteligencia emocional del personal como herramienta para fomentar, desarrollar la ética tributaria en la empresa y ser un contribuyente efectivo e idóneo para que los procesos se rijan bajo los reglamentos y leyes de manera eficiente.

Tanto las empresas como los ciudadanos deben enfrentan su máximo desafío en cuanto a el aprendizaje eficiente de inteligencia emocional, el valor de la misma para fomentar y desarrollar la ética tributaria, por lo tanto el trabajo busca que no solo los concesionarios automotrices del municipio Valera tengan conocimientos de estos temas, sino también todas las demás organizaciones, procurando implantar un sistema de inteligencia emocional al interior de sus organizaciones, con la finalidad de mejorar el desarrollo del personal, la contribución efectiva y a la vez ser más valoradas por el Estado.

Delimitación de la investigación

La investigación se delimita al estudio de la Inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del Municipio Valera del estado Trujillo, todo esto enmarcado en las bases teóricas de Goleman (2016), Álvarez y Herrera (2014), Lizzotte (2011), Londoño (2010), entre otros, los cuales serán indispensables para fundamentar la investigación. Dicho tema está enmarcado en la línea de investigación de responsabilidad tributaria de las sociedades mercantiles y sus administradores generada por la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad de los Andes.

El espacio de interés para el desarrollo de ésta investigación comprenderá como unidad de estudio los concesionarios del municipio Valera, estado Trujillo, siendo los entes informantes los trabajadores de la alta y media gerencia de las empresas quienes representan la población. El periodo de desarrollo de la investigación está comprendido desde Enero 2018 hasta Abril 2019, el cual permitió el estudio completo y el logro de los objetivos planteados.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Formulado el problema a investigar, especificado cuáles serán los objetivos que se esperan lograr con la investigación, justificado y delimitado la misma, se procede al desarrollo conceptual de términos teóricos necesarios para el entendimiento del tema por medio del marco teórico. Es necesario entender que el marco teórico indicado por Méndez (2001, P.54) “es la descripción de elementos teóricos planteado por uno o diferentes autores que permiten al investigador fundamentar los procesos de conocimientos con aspectos diferentes”. Es decir, permitir ubicar el tema objeto a investigar en teorías existentes y describir detalladamente los elementos teóricos que serán directamente utilizados para el desarrollo de investigación.

Por consiguiente el marco teórico debe desarrollarse de manera sistemática y organizada que permita a quienes lean el desarrollo poder entender la naturaleza de los temas. La estructura del marco teórico debe poseer antecedentes que tengan relación con la investigación, bases teóricas, bases legales y mapa de variables.

Antecedentes de la investigación

Los antecedentes reflejan avances y el estado actual del conocimiento en las áreas a estudiar, sirviendo de modelo o ejemplo para futuras investigaciones. Según Arias (2012, P. 96) se refieren a “todos los trabajos de investigación que anteceden al que se está realizando, es decir, aquellos trabajos donde se hayan manejado las mismas variables o propuestos objetivos similares”. Además sirven para guiar al investigador y le permite hacer comparaciones y tener ideas sobre cómo se trato el problema en esa

oportunidad. Para darle soporte teórico a la investigación es necesario conocer trabajos relacionados a las variables de estudio.

Tal es el caso de Pereira (2014) con la investigación especial de grado, titulada “Estudio de la inteligencia emocional en el manejo de conflictos laborales de los empleados de la oficina de personal del Gobierno Bolivariano de Carabobo”, Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias Económicas Y Sociales, Área de Estudios de Postgrado. Para optar al título de maestría en administración del trabajo y relaciones laborales, en la cual su propósito fue estudiar la inteligencia emocional en el manejo de conflictos laborales del personal administrativo específicamente del Departamento de Registro y Control de la Gobernación Bolivariana de Carabobo.

Se consultaron teorías de autores como Añez (2001), Gardner (2003), Goleman (2010), Lussier (2011), Valls (2001), entre otros. La investigación fue de tipo explicativa y diseño de campo, la población en estudio fue de 15 empleados, tomándose como muestra el 100% de ellos, a los cuales se les aplicó un cuestionario de 13 ítems respectivamente, cuyos resultados fueron organizados, en tablas o cuadros de frecuencia y porcentaje, agrupados finalmente en gráficos circulares.

Se determinó mediante la conclusión que los empleados administrativos de la oficina de personal de la gobernación no tienen la capacidad para manejar emocionalmente sus conflictos laborales y no poseen control total de algunas emociones ante situaciones y adversidades que diariamente se enfrenta dicha oficina, cabe destacar que existen múltiples factores organizacionales que ocasionan malestar en el personal tales como la insatisfacción salarial, falta de comunicación, vocación de servicio, poca valoración del personal por las labores realizadas, falta de capacitación del personal referente al manejo de las emociones y por lo tanto genera como consecuencia conflictos laborales.

Para mitigar lo antes concluido se recomendó capacitar al personal en cuanto a crecimiento, desarrollo personal y comunicación eficaz, para que su productividad, se oriente al éxito tanto profesional como personal. De igual manera se recomienda a la organización crear y fomentar talleres, charlas entre otros, para que el personal conozca con exactitud, la importancia de utilizar la inteligencia emocional en el cumplimiento de sus labores. Tomar conciencia que los conflictos son un proceso normal, que pueden contribuir al desarrollo de los individuos de la instancia que se labora, así como promover la negociación como una forma de colaboración con estrategia para la resolución del conflicto.

El mencionado antecedente se tomó para el estudio de ésta investigación ya que se relaciona con la variable inteligencia emocional empresarial, sobresaliendo de ella los indicadores relacionados al manejo de conflicto, clima organizacional, organización en grupo y productividad empresarial, sirviendo como punto de partida clave para tener ideas más claras y precisas que ayuden a ver el horizonte que puede tomar la investigación al estudiar dichos indicadores.

Se toma el trabajo especial de grado de Contreras (2013) como antecedente, titulado “Inteligencia emocional y productividad de los empleados y supervisores del sector farmacéutico franquiciado comercial SAAS” realizado en la Universidad Rafael Bellosó Chacín, Decanato de Investigación y Postgrado, Maracaibo, como requisito para obtener el título de magister scientiarum en gerencia empresarial. El objetivo principal se basó en determinar la relación entre la Inteligencia Emocional, la productividad laboral de los empleados y supervisores del sector farmacéutico franquiciado comercial SAAS. Entre las fuentes utilizadas se observan a Goleman (2008), Cooper (2006), Souza (2008), Gutierrez (2007), entre otros.

El tipo de investigación fue descriptiva de campo correlacional. En cuanto a la población de estudio estuvo conformada por las farmacias comerciales Franquiciadas SAAS de la ciudad de Maracaibo (46) cuarenta y seis en total. La técnica utilizada para la recolección de la información fue por medio de un formulario tipo encuesta que consto de 58 ítems, 34 para la variable inteligencia emocional y 24 para la variable productividad laboral, bajo la escala de respuestas dicotómicas. Las respuestas emitidas fueron agrupadas en tabulación de datos y se utilizó a su vez un baremo para la interpretación y comparación de los datos obtenidos, tomando en cuenta que se agruparon por tendencia de opciones de respuestas como totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, totalmente en desacuerdo, en desacuerdo.

Se concluyó que los empleados y supervisores de las farmacias franquicias comerciales SAAS, tienen debilidad en el autoconocimiento debido a que la conciencia del individuo no constituye el fundamento esencial del liderazgo emocionalmente inteligente, así mismo se observó que el líder carece de empatía, se halla desconectado de sí mismo y de los demás, en consecuencia sus acciones despiertan reacciones negativas. Por ende se recomendó aumentar la conciencia del individuo para constituir el fundamento esencial del liderazgo emocionalmente inteligente, aplicar acciones motivadoras que permitan al individuo reconocer sus propias emociones, para comprender las de los demás, realizar talleres de inteligencia emocional para lograr que el líder aumente la empatía con sí mismo y con los demás.

Se consideró éste trabajo ya que se vincula con las dimensiones de la variable relacionada a la inteligencia emocional empresarial y se observa que la empresa investigada tiene debilidades similares que poseen las empresas estudias, brindando así recomendaciones que pueden ser

tomadas en cuenta para el estudio y tener un punto de partidas para las recomendaciones de esta investigación.

Otro trabajo importante en este ámbito, es el publicado por León (2013) de carácter especial de grado en la Universidad Rafael Landívar, Facultad De Humanidades, Departamento de Ciencias Humanas Guatemala, titulado “Relación entre inteligencia emocional y estrategias de manejo de conflictos en las empresas de la ciudad de Guatemala que brinda servicios de comercio internacional”. Para optar al título de especialista en administración psicológica industrial y organizacional. En la cual su propósito era determinar si existe correlación estadísticamente significativa entre el nivel de inteligencia emocional y las estrategias para el manejo de conflictos en las empresas de la ciudad de Guatemala que brinda servicios de comercio internacional.

La misma se fundamenta en los planteamientos teóricos de autores como Chalvin y Eyssette (2002), Goleman (1999), Robbins (2004), Rodríguez (2010), entre otros. Desde el punto de vista metodológico se tipificó como descriptiva correlacional. La población estuvo representada por 95 sujetos que representan al personal administrativo de la oficina central de la Ciudad de Guatemala, de cuya muestra se obtuvo 40 personas del género masculino y femenino los cuales aportaron la información, a quienes se le aplicaron dos cuestionarios denominados Test de Inteligencia Emocional y Test de Estrategias de Manejo de Conflictos los cuales estaban diseñados con preguntas cerradas con 5 opciones de respuestas (baja, muy baja, moderada, alta , muy alta).

Los resultados fueron analizados mediante tablas estadísticas y representados en gráficos según valor porcentual relativo a los datos obtenidos del cuestionario. De acuerdo a los resultados obtenidos se concluye que existe influencia entre la Inteligencia emocional y las estrategias de manejo de conflictos en los grupo de colaboradores de una

empresa de la Ciudad de Guatemala que brinda servicios de comercio internacional. Finalmente, se recomienda incluir dentro de proceso de reclutamiento y selección, test o pruebas que midan el nivel de inteligencia emocional de los candidatos, con la finalidad de obtener información valiosa que sirva de apoyo en las decisiones para la contratación de personal; asimismo, permita contar con el capital humano que posea tanto las competencias técnicas como las emocionales necesarias para desarrollar un puesto.

El aporte de la investigación se centra en las referencias bibliográficas o teóricas que explican de una manera clara las áreas de aplicación de la inteligencia emocional, donde hace mención al manejo de conflictos, motivación, liderazgo, adaptación a los cambios, los cuales son indicadores indispensable para el desarrollo de esta investigación, además aporta ideas para el desarrollo de cuestionarios relacionados a estrategias para la resolución de conflictos y determinación de la inteligencia emocional dentro de la empresas.

A su vez, Yun (2014). Publicó su trabajo especial de grado en la Universidad Carabobo. Facultad de Ciencias Económicas Y Sociales, Área de Estudios de Postgrado. Titulado “La ética tributaria y su práctica en el contexto de la responsabilidad social en el sector empresarial del municipio Libertador”, Para obtener el título de Especialización en Gerencia Tributaria, cuyo propósito fundamental fue analizar la ética tributaria y su práctica en el contexto de la responsabilidad social en el sector empresarial del Municipio Libertador. Cuyos fundamentos teóricos se basaron en los autores Carmona (2011), Reballato (2008), Tipke (2002), Villegas (2002), entre otros. Desde la perspectiva metodológica la investigación se enmarca en un estudio de tipo documental, bibliográfico, de campo, descriptivo, correlacional, desarrollado bajo la modalidad de los métodos de análisis, síntesis e inductivo.

La población estuvo conformada por treinta (30) empresas, cuya muestra arrojó 15 empresas objeto de estudio, cifra sobre la cual se aplicó el instrumento de recolección de información utilizando las siguientes técnicas: Acopio de bibliografía básica sobre el tema, lectura rápida del material, elaboración del esquema de trabajo, lectura minuciosa de la bibliografía, elaboración de fichas de contenido, y un cuestionario como instrumento preponderante y utilizando la técnica preguntas cerradas.

Se determinó como resultados que existen intereses económicos poderosos que parecen olvidar totalmente la conciencia de sus actores, ignorando todo tipo de autorregulación y ética tributaria que deben asumir dentro de su responsabilidad, con una actitud límite a sus acciones y responsabilidades legales y organizacionales. Se recomendó crear un código de ética tributaria al comportamiento del empresario del Municipio Libertador para que lo apliquen dentro del contexto de responsabilidad social para la mejora de la ética tributaria para fortalecimiento de los procesos legales.

Es de gran importancia esta investigación como antecedente pues brindó la herramienta teórica y práctica necesaria para conocer la variable relacionada a la ética tributaria, así como brindando recomendaciones que pueden ser tomadas para éste estudio y tener un trabajo comparativa en cuanto a la variable mencionada que brinde un punto de partida para desarrollar adecuadamente la investigación.

Para complementar los antecedentes es necesario conocer el trabajo especial de grado de Banfi (2013) denominado “La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria”, realizado en la Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín, Decanato de Investigación y Postgrado, Maracaibo, como requisito para obtener el título de maestría en gerencia tributaria. Tuvo como objetivo analizar la cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria, y basándose en los legados teórico de Armas y Colmenares (2009), León (2010), Armas y Soto (2012) entre otros.

La investigación se tipificó como de tipo descriptivo, documental y de campo, con un diseño mixto, no experimental transeccional descriptivo. Se aplicaron como técnicas de recolección de datos la observación documental y la entrevista, empleándose como instrumentos de recolección de datos la matriz de análisis y el guion de entrevista conformada por cinco (05) ítems dirigidos a cinco (05) expertos en materia tributaria quienes expresaron su opinión mediante una entrevista no estructurada, con preguntas abiertas y respuestas libres. Para la interpretación de los datos, se empleó el análisis documental, contenido, crítico, comparativo y de triangulación.

Los resultados obtenidos evidenciaron que las estrategias implementadas por la administración tributaria están dirigidas a desarrollar la cultura tributaria en el ámbito social poniendo énfasis en los aspectos humanos y legales con el propósito de crear una verdadera cultura en materia de tributos y así poner en práctica de una forma consciente, responsable, transparente y ético el cumplimiento voluntario de la obligación tributaria. Se recomendó que las instituciones educativas deben incluir la formación de una cultura tributaria fomentando valores dirigidos a la responsabilidad y al desempeño de manera correcta de las obligaciones impositivas existentes en las leyes tributarias vigentes.

Dicho antecedente es de gran trascendencia para esta investigación ya que desarrolla y conceptualiza la variable ética tributaria por medio de la dimensión de conciencia tributaria, obteniendo de dichos conceptos teóricos que ayudan a reforzar la temática de estudio e instrumentos de recolección de datos que brindan la oportunidad de tener una guía para estas investigaciones y poder tomar las conclusiones para constatar el resultado de ambas investigaciones y poder determinar si se pueden utilizar algunos aspectos en cuanto a las recomendaciones.

Concluyendo con los antecedentes se puede determinar que con ellos la investigación se apoya en su marco teórico sirviendo como fuente de información ya que se encuentran relacionados de alguna manera la variable, dimensiones e incluso los indicadores, por lo tanto, pudiéndose tomar no solo los aspectos metodológicos y teóricos sino también los resultados, conclusiones y recomendaciones de los mismos para ser consultados y ser el punto de partida de las nuevas ideas.

www.bdigital.ula.ve

Bases Teóricas

Para desarrollar la investigación es necesario describir los distintos fundamentos relacionado al problema investigado, esto proporciona una visión amplia en los conceptos utilizados, lo cual le dará mayor fundamentación al tema. Para Arias (2012) las bases teóricas indican el desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado. También brindan al investigador el apoyo inicial dentro del conocimiento del tema de estudio, donde cada elemento planteado posee algún referente teórico.

Inteligencia emocional

La sociedad ha sufrido con el transcurso del tiempo diferentes transformaciones, sociales, económicas, políticas, legales y culturales trascendentales que han generado grandes cambios en el comportamiento de las personas para actuar adecuadamente como ejes de la vida en sociedad, generando procedimientos acorde con la actualidad que se vive, busca garantizar el buen funcionamiento de las relaciones sociales que debe predominar en las diferentes analogías entre individuos y organizaciones para el funcionamiento idóneo del sistema social, satisfaciendo las necesidades poblacionales y garantizar la vida optima del Estado.

Para que se diera dicha transformación fue necesario el desarrollo de inteligencia emocional en la sociedad, principalmente captando la habilidad que tienen los individuos en controlar sus emociones e interactuar en forma interactiva con los que lo rodean, demostrando cualidades emocionales tales como la empatía, expresión de sentimientos, control, independencia, respeto y adaptación, factores que benefician el crecimiento intelectual y humano de las personas.

Es importante considerar, la inteligencia emocional conceptualmente según Goleman (2016, p.38) como “la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los ajenos, motivarnos, manejar bien las emociones, en nosotros mismos y en nuestras relaciones”. Dicha es conocida en gran parte en la adolescencia y continúa desarrollándose a medida que se avanza por la vida, aprendiendo de las experiencias, por ende la aptitud personal en ese sentido puede continuar creciendo, cosechando frutos positivos que mejoren la adaptabilidad e interrelación con los demás.

Al igual, para Salovey y Mayer (2004) la inteligencia emocional representa el conocimiento social que incluye la habilidad para supervisar, entender emociones propias y de otros, usar la información, guiar el pensamiento y reaccionar adecuadamente a la solución de conflictos en diferentes índoles. Esas son precisamente las aptitudes que se deben fomentar si se quiere consolidar una estructura de aprendizaje realmente eficaz para el crecimiento social rentable y positivo tanto para las personas como las diferentes organizaciones.

Inteligencia emocional empresarial

La globalización de la fuerza laboral en las empresas insta a los países más desarrollados a prestar atención especial a la inteligencia emocional, pues es necesario promover un nuevo modelo de productividad y para ello, no bastará con realizar cambios estructurales o progresos tecnológicos porque las innovaciones suelen suscitar nuevos problemas que exigen una mayor inteligencia emocional que analice, puntualice y desarrolle medidas reales para el procesamiento adecuado de los cambios y debida transformación ante diferentes situaciones.

Así pues, a medida que el mundo empresarial va cambiando, se revela que existen habilidades que se han vuelto cruciales, tal como formación de equipos y capacidad para adaptarse a los cambios, además

existe un conjunto completamente nuevo de capacidades que están comenzando a perfilarse como rasgos distintivos entre los trabajadores en las empresas, entre las que cabe destacar la capacidad para servir como catalizador del cambio y el aprovechamiento de la diversidad. Así pues, nuevos retos exigen nuevos talentos, por lo tanto el crecimiento y enseñanza de inteligencia emocional en las empresas es trascendental.

Ante lo descrito, para Chopra y Kanji (2010), existe un papel más esencial de inteligencia emocional empresarial (IEE), porque a medida que las empresas se vean obligadas a renovarse y evolucionar de acuerdo a las leyes y reglamentos emitidas por el Estado como máxima autoridad, los trabajadores tendrán que ser más innovadores, participativos y preparados. Anteriormente los trabajadores intermedio podían ocultar fácilmente su timidez, pero hoy en día se hace cada vez más importante poseer habilidades tales como el control en las propias emociones para tratar adecuadamente casos relacionados con la Administración Pública, el adecuado manejo de procesos para tomar decisiones efectivas, trabajo en equipo, desarrollo del liderazgo y adecuado manejo de procedimientos.

Desde cargos iniciales hasta los más altos, el factor diferencial no son títulos o diplomas académicos, sino la inteligencia emocional, de dicha nace las aptitudes como el autoconocimiento, seguridad en sí mismo, autocontrol ante situaciones, compromiso de cumplir leyes y normas, integridad y habilidad de comunicarse con eficacia entre empleados, demás empresarios y la Administración Pública. Por tanto, Goleman (2016, p.24) define la IEE como “la habilidad en adaptarse a nuevas condiciones en las empresas modernas, destreza del autocontrol en situaciones de estrés, acciones íntegras y responsables en todos los procedimientos empresariales”. Los gerentes más eficaces son emocionalmente inteligentes debidos a su claridad, objetividad, influencia positiva para lograr predecir comportamientos en diferentes escenarios.

Es visible que la inteligencia emocional junto al desempeño laboral en las organizaciones, está jugando un papel importante, especialmente en las empresas innovadoras. Pues insiste Ardila (2014, p.89) que “la necesidad de una buena alfabetización tecnológica es importante actualmente, pero es todavía más necesaria la ética y valores que se cosechen por medio de la inteligencia emocional empresarial ya que cada vez más personas, sin importar los títulos, profesiones o riquezas que tengan, deben manejar con agudeza y vivacidad los procedimientos empresariales” adquiriendo mayor nivel de instrucción y capacitación para manejar cualquier problemática laboral, económica, social, legal, entre otros.

Otros autores que también definen la inteligencia emocional empresarial son Cooper y Sawaf (2012), al respecto expresan:

El concepto de inteligencia emocional está barriendo el mundo, la ciencia está demostrando que es cociente emocional más que al cociente intelectual o la sola capacidad cerebral lo que están sustentando muchas de las mejores decisiones en los negocios más dinámicos, la eficacia y la calidad de las organizaciones y sus líderes. Las vidas más satisfactorias, el mayor éxito y hasta el mejor desempeño laboral en diferentes niveles (p. 37).

Es decir, las personas no solo necesitan de sus capacidades cognoscitivas sino también de un aprendizaje constante de las habilidades, destrezas a desempeñar según el tipo de situación que se presente y de la cual necesiten reformular y cambiar aspectos para poder mejorar e innovar.

Ahora bien, es indispensable en la actualidad para las empresas cultivar en los trabajadores el conocimiento de inteligencia emocional, pues eso brindará mayor preparación para actuar ante diferentes procesos, actividades, circunstancias o problemáticas, en especial en la relación contribuyente y Administración Pública, pues hay una constante relación de verificación, fiscalización y control, donde es vital que las empresas posean los conocimientos necesarios en cuantos a los procesos tributarios y

administrativos adecuados, pero es aún más valiosa la capacidad de comunicación e interrelación eficaz entre sujeto activo y pasivo en la relación jurídica tributaria, la cual se adquiere a medida que se desarrolla y perfecciona la inteligencia emocional.

Para que exista tal perfeccionamiento es necesario identificar las áreas aplicables a la inteligencia emocional en las empresas, pues una vez determinadas cuales son, se puede estudiar, diagnosticar, analizar, reformular, diseñar estrategias de cambios, implementar dichas estrategias, ejecutar pruebas y determinar la efectividad de los cambios para mejorar el funcionamiento empresarial y poder contar con una variabilidad de acciones a tomar.

Áreas de aplicación

La posibilidad de aplicar con éxito la inteligencia emocional en las empresas para lograr mejores procesos y actitudes, debe iniciar conociendo las áreas de aplicación para englobarlas en un fin necesario, destinado a identificar las debilidades en los grupos laborales que causan vacíos y omisiones en aspectos necesarios para el debido funcionamiento de procedimientos administrativos y gerenciales necesarios para lograr eficiencia empresarial en general.

En este sentido, todo recurso humano que interactúa dentro de una organización según Ardila, (2014 P.43) “tiene un comportamiento que influye en los resultados de sus actuaciones y cada actividad que realiza conlleva a un propósito, una sinergia global, con el fin de optimizar la productividad a través del establecimiento de objetivos y metas específicas en un periodo determinado”. Por lo tanto, todo trabajador deberá conocer su área a desempeñar en la organización, buscando agrupar con inteligencia emocional información necesaria para mejorar su desempeño laboral empresarial y asimismo lograr satisfacer sus necesidades profesionales.

La efectiva determinación de áreas aplicables la a inteligencia emocional en las empresas y su adecuado manejo logra un efectivo desempeño del recurso humano lo cual constituye una clave para el éxito institucional. Por ello es necesario evaluar a los individuos que desempeñan los diferentes roles, para determinar su aporte a en eficiencia organizacional. Soto (2011) explica que manejar una situación que requiere pericia emocional en el trabajo, requiere las capacidades necesarias para resolver los problemas al establecer entendimiento y confianza dependiendo al área, saber escuchar y ser capaz de persuadir con una recomendación, poseer ciertas facultades como el conocimiento de sí mismo, posibilidad de ver las cosas con perspectiva y cierto porte para ser esa persona en que todos los presentes van a confiar.

Dicho aspecto influye transcendentalmente, ya que no basta con tener un alto nivel académico, pues para Cooper y Sawaf (2012, p.78)“hace falta mayor capacidad para relacionarse, hacerse escuchar si se requiere y sentirse a gusto consigo mismo, esa es la facultad que constituye la diferencia crucial de las personas con sana inteligencia emocional”, aunado al comportamiento de acuerdo a las áreas del desarrollo emocional que deberían ser valoradas y revisada según la aplicabilidad en el equipo humano contratado o por contratar en cualquier empresa.

Inteligencia emocional empresarial es la herramienta que se necesita para trabajar con humanidad , eficacia e integración, logrando un impacto positivo e innovador en el pensamiento y razonamiento de los trabajadores, a la vez que permite mayor comunicación y relación con la Administración Pública, pues se puede llegar a lograr acuerdos que beneficien a ambas partes para el sostenimiento social adecuado. Según Goleman (2016) las áreas de aplicación van desde saber manejar adecuadamente los conflictos internos y externos, adaptarse a diferentes cambios, tomar decisiones que

conlleven a negociaciones adecuadas, lograr un trabajo en equipo eficiente que sea motivado por la fuerza del liderazgo.

Manejo de conflictos

Es importante conocer que el conflicto según Chalvin y Eyssette (2012) para el ámbito laboral es una realidad palpable, es algo inevitable que nunca se podrá suprimir del todo. En este sentido, no se pretende eliminar el conflicto dentro de una organización, pero sí es posible mantener un nivel tolerable y un tiempo relativamente corto para la solución. Todo el mundo experimenta conflictos en la vida laboral, incluso departamentos o grupos enteros se ven envueltos en conflictos con otros departamentos, incluso en múltiples ocasiones el conflicto se da hacia el exterior de las empresas, un claro ejemplo es, cuando la Administración Pública sanciona a un contribuyente por no cumplir los principios, normas legales y reglamentarias, por lo general el conflicto termina cuando cancela su multa o justifica legalmente la falta.

Por ende es necesario cultivar inteligencia emocional que permita a las personas ser dotadas de aptitud para manejar conflictos con diplomacia y tacto ante situaciones tensas, personas difíciles, detectando potenciales conflictivos, poniendo al descubierto desacuerdos, ayudando a reducirlos por medio del debate y la discusión franca que aporten soluciones que beneficien a todos. Para Goleman (2016, p.20) uno de los talentos que presentan quienes son hábiles para la solución de conflictos “es detectar disturbios cuando se están gestando y tomar medidas para calmar a los involucrados por lo cual es fundamental escuchar y actuar con inteligencia emocional”. Manteniendo un clima laboral agradable.

Los conflictos pueden ser constructivos o destructivos según Soto (2011), es clave gestionar el conflicto en todas sus formas para motivar el constructivo e intentar eliminar el destructivo, en una cultura de cooperación,

las críticas o conflictos constructivos se aprueban y se incitan, el objetivo de un conflicto constructivo radica en solucionar un problema, resolver desacuerdos, prever nuevos avances, mejorar un producto o servicio, ayudar a las personas a lograr el desafío que supone el cambio, incrementar una implicación más extensa y ayudar a crear una cultura de colaboración.

Adaptación a cambios

Otro indicador que debe ser identificado como clave para determinar las áreas de aplicación de la inteligencia emocional empresarial es la forma adecuada para adaptarse a diferentes cambios, situaciones, modificaciones, transformaciones de índole social, cultural, político, económico, legal, entre otros dentro y fuera de las empresas para mejorar los procesos y actividades, actuando correctamente ante diferentes retos que se presentan y ayudando a obtener la eficiencia empresarial.

Las personas dotadas de habilidades para adaptarse rápidamente a los cambios son según Goleman (2016, p.24) aquellas que “reconocen la necesidad de efectuar cambios y retirar obstáculos, desafiando el statu quo para reconocer la raíz del cambio, su impacto y las acciones a realizar para poder innovar y cambiar, además reclutar a otros que sean modelo para el cambio que se espera”. Hay toda una rama de aptitudes emocionales necesarias para ser catalizador del cambio, formando parte la seguridad en sí mismos, quienes son efectivos líderes del cambio tienen alto grado de influencia, compromiso, motivación, iniciativa y optimismo, así como una intuición política empresarial.

El cambio es el proceso más importante que enfrenta las organizaciones hoy en día, tanto del sector público (Administración Pública) como del privado (empresas y contribuyentes en general) prácticamente en todos los casos, la inteligencia emocional tiene que desempeñar un importante para satisfacer las necesidades de transformación. Por ejemplo,

afrontar grandes cambios requiere, entre otras cosas, la habilidad de percibir y comprender el impacto emocional del cambio en nosotros mismos y en los demás. Para ser eficaces y ayudar a las organizaciones con los cambios, todo líder debe, en primer lugar ser consciente de manejar sus propias sensaciones, ansiedades e incerteza.

Cabe destacar que para Chalvin y Eyssette (2012) “los líderes empresariales deben comprender que el cambio es la regla, no la excepción”, es decir, cambio es parte del entorno en el cual deben darse las relaciones sociales, las comunicacionales y el propio desarrollo del trabajo. A mayor facilidad de adaptación al cambio, mejor rentabilidad se obtendrá de las habilidades sociales, facilitando la consideración de los que irán destacándose para asumir en el futuro responsabilidades como jefes, directores o incluso, como un potencial nuevo líder.

Poseer habilidades para adaptarse a cambios es inherente a la propia evolución organizacional, cuánto más formación tengan los trabajadores sobre la inteligencia emocional, menos conflictos surgirán en las empresas por baja adaptabilidad que sean de origen interno. En cuanto a los que sean externos, cuyo origen está en el mercado, sociedad, exigencias legales Pública, entre otros, también serán más fáciles en enfrentar, gestionar y neutralizar. Claramente lo expresa Soto (2011, p.54) “quiénes saben enfrentarse al cambio y gestionarlo eficazmente han aplicado, aunque no lo sepan, las reglas de inteligencia emocional”, a su vez saben manejar conflictos derivados del personal.

Toma de decisiones

Un factor preponderante actualmente en las empresas está relacionado con tomar decisiones desde la alta gerencia hasta los niveles más bajas, pues cada persona cumple un rol bajo diferentes parámetros,

pero la estrategia de cumplirlo es decisión y responsabilidad de cada individuo, las cuales pueden afectar el trabajo y por ende la organización como un todo, estas decisiones se toman comúnmente cuando existe una discrepancia entre algún estado actual y algún estado empresarial deseado, lo cual requiere considerar las posibles acción que permitan alcanzar el estado esperado.

En este sentido, plantea Robbins y Judge (2014) que para tomar decisiones es necesario considerar una opción entre dos o más alternativas para solucionar problemas, es por ello, necesario que al tomar decisiones se haga uso de inteligencia emocional al momento de elegir las opciones, es decir, adoptar la opción más consistente y favorable, que ayude a mejorar las funciones empresariales y a su vez lograr mayor equilibrio en todos los aspectos empresariales.

Por otro lado, Goleman (2016, p.43) expresa “tomar decisiones en las empresas refleja reglas y principios éticos fundamentales, los cuales se relacionan con lo correcto e incorrecto de las acciones realizadas por las personas dentro de la organizaciones”, refiere el mencionado autor, que tomar decisiones ética es algo muy complejo porque no existen reglas sencillas que contengan aspectos éticos predeterminados. Por consecuencia, la toma de decisión se puede abordar como herramienta gerencial para la resolución de conflictos empresariales que requieran una absoluta decisión.

Es importante capacitar a los directivos (jefes o lideres) que deben tomar decisiones y gestionar equipos humanos para que conozcan e implementen adecuadamente mecanismos para que la gestión de recursos humanos y el proceso para tomar decisiones estratégicas sean idóneos, cumpliendo los objetivos que tiene el equipo y la organización como un todo. Grandes escritores como Chalvin y Eyssette (2012) precisan que la inteligencia emocional crea una herramienta fundamental para formalizar

procesos, tomar decisiones y determinadas pautas de comportamiento, todo eso en beneficio tanto empresarial como laboral.

Negociaciones

Otra área no menos importante de inteligencia emocional es la negociación, aspecto sobresaliente para aumentar la productividad empresarial, pues a través de negociaciones las organizaciones se vuelven más activas e interactivas, pues generan un beneficio productivo, económico e innovador. Ahora bien, Goleman (2016) manifiesta que por lo general las altas y medias gerencias en las empresas deben poseer cualidades sobresalientes al momento concebir actos negociables, dicha cualidad debe ser inteligencia emocional, pues con ella se desarrolla aptitudes para captar, entender y aplicar eficazmente la fuerza y perspicacia de las emociones humana, para transformarlas en información, logrando eficaces relaciones e influencia en los negocios.

A través de la inteligencia emocional el negociador se desarrolla tanto profesional como personalmente. Pero además es necesario según Robbins y Judge (2014) para el buen desempeño del trabajo, conocimientos y habilidades técnicas, profesionales, intelectuales y personales. Éstas últimas pueden ser cognitivas o emocionales, ambas ayudan al negociador en su rendimiento, consiguiendo, con las cognitivas una mayor capacidad para analizar temas a negociar, originalidad para la creación de alternativas, habilidad lingüística para desarrollar correctamente el proceso dialéctico de la negociación, pensamiento conceptual, capacidad para solucionar el problema negociado y pensamiento sistémico.

Durante una negociación para Soto (2011, p.70) “la capacidad de interpretar los sentimientos de otra persona es clave para el éxito, pues toda negociación lleva una gran carga emocional”. Realizar un acto negociable equivale a reconocer los triunfos o fracasos y compartirlos entre las partes,

por lo que puede haber un resultado mutuamente equitativo, por ende es un emprendimiento cooperativo. La empatía hace que cada bando sea capaz de influir en el otro para beneficio propio, respondiendo a las necesidades ajenas, buscando la manera para que ambas partes puedan ganar.

El objetivo de toda empresa debe ir en base a negociar permanente sobre temas tales como margen de ganancia, condiciones de pago, oferta y demanda, así como las negociaciones deben ir en función de hallar soluciones a ciertos conflictos que beneficie a ambos, por otro lado, ciertas habilidades o actitudes emocionales ayudan al negociador en su rendimiento, aumentando la confianza en sí mismo, mejorando su integridad, autocontrol, perseverancia para conseguir sus objetivos en los negocios, también aumenta la comprensión entre personas entendiendo la posición del otro, mejora sus habilidades para resolver conflictos de actitudes, y aumenta su comunicación.

Trabajo en equipo

Los equipos de trabajo empresariales para lograr ser altamente eficientes deben desarrollar competencias que incidan en su rendimiento, tal como gestionar las emociones, abordar estrategias para ampliar equipos de trabajo eficaces, incorpora el desarrollo de inteligencia emocional grupal. Pues un control adecuado en los procesos, junto con la capacidad de tomar decisiones acertadas e incorporar la cultura de trabajo en equipo, ayuda a lograr el máximo control empresarial y por lo tanto efectividad organizacional.

Según López (2013) las organizaciones actuales se mueven en entornos muy cambiantes, por lo tanto necesitan respuestas rápidas, flexibles, adaptadas a nuevas circunstancias, este es motivo principal por lo cual el interés por el trabajo en equipo se ha visto incrementado notablemente. Como afirma Canas (2013, p.270) este interés “refleja un reconocimiento profundo, tal vez inconsciente, pues los equipos prometen un

progreso mayor que el ofrecido por el trabajo individual y por la organización mecanicista del trabajo”, Hoy en día la situación cambiante, obliga a disponer de todos los recursos y capacidades, por ende a combinar e interrelacionar conocimientos, destrezas e incluso experiencias para poder afrontar dichas situaciones. Para eso es necesario contar con unas habilidades específicas para el adecuado desarrollo y gestión de estos equipos que lo aporta el estudio y desarrollo de la inteligencia emocional.

Las organizaciones tienden a ser más exitosas con equipos de trabajos más adaptativos, esto se logra con líderes emocionalmente inteligentes, es decir, aquellos que se entienden a sí mismos, entienden a los demás, saben gestionar emociones propias y ajenas, además dominar las causas que provocan conflictos, produciendo una clara mejora y estabilidad del trabajo en equipo. Goleman (2016, p.93) refleja que "la inteligencia emocional mejora el trabajo en equipo, las relaciones con los clientes, la capacidad de controlar el estrés, liderar y asimilar los cambios". Logrando con esto un equilibrio organizacional perdurable en el tiempo.

Para construir condiciones emocionales adecuadas es necesario desarrollar la inteligencia emocional en los equipos de trabajo; proceso que se puede estimular con el establecimiento y adopción de ciertas normas que orientan las actitudes y comportamientos en forma positiva, el resultante se expresará como un compromiso total con las metas del equipo. Existen tres características esenciales según Goleman (2016, p.93) valiosas para poner en práctica logrando que un equipo sea muy efectivo, tales como confianza entre los miembros, sentido de identidad y sentimiento de efectividad grupal.

Ventajas

Indudablemente la inteligencia emocional juega un rol importante en las relaciones laborales entre los empleados, jefes y clientes, donde atender al cliente de manera inteligente cobra un papel primordial para la estructura empresarial, además favorece relaciones entre autoridades que controlan los actos legales en el país y las empresas. Ratifica López (2013) que las relaciones entre Administración Pública y contribuyentes han cambiado sustancialmente, pero existe aún la necesidad inminente de comunicarse libremente logrando el sostenimiento económico social por medio de diferentes recaudaciones, donde debe existir la relación de dar recursos económicos por servicios óptimos.

Afortunadamente la incorporación en las organizaciones de la inteligencia emocional (IE) individual y colectiva impacta positivamente. Pues Goleman (2016, p.97) afirma que en “las organizaciones donde sus trabajadores presentan un nivel elevado de inteligencia emocional, experimentan un mayor compromiso y a su vez mejor productividad”. En cambio, todas aquellas empresas que sus trabajadores presentan un nivel bajo en IE tienen rotación constante del personal, elevados niveles de síndrome del quemado (sobre agotamiento del trabajador con bajo rendimiento), baja productividad y pocas ventas.

El punto focal para esta dimensión radica en saber determinar las ventajas de la inteligencia emocional empresarial para la adecuada relación y comunicación entre trabajadores, otras empresas pero sobre todo con organismos, entidades y administraciones del Estado, pues mientras exista canales de interacción eficaces entre empresarios y entes recaudadores, mayor será el beneficio mutuo a obtener, pues se entendería de manera racional los objetivos de la administración pública, adaptándose dichos

objetivos con los procesos empresariales, pudiendo adecuarse a cada exigencia con más congruencia.

Desarrollar inteligencia emocional en el interior de una organización o en una Administración Tributaria, permita que los trabajadores se desarrollen afectivamente, logrando crecimiento en todo aspecto, además adquiriendo un capital emocional importante. Para Cooper y Sawaf (2012) los beneficios de implantar modelos de inteligencia emocional empresariales permite crear líderes internos, aumentar el autoestima a todos sus integrantes, mayor adaptabilidad a cambios que se produzcan, solucionar conflictos que se presenten en las organizaciones y prevenir los futuros, el miedo e incertidumbre ante cambios podrán ser superados con facilidad, también lograr mayor productividad, manejo de relaciones interpersonales para aumentar energía positiva y cumplir los objetivos empresariales.

Quando se maneja Inteligencia emocional por medio de los trabajadores, se puede garantizar que las empresas cuentan con capital emocional que puede enfrentar diferentes circunstancias apropiadamente, rigiéndose por las leyes. Si dentro de la relación jurídica entre Administración Tributaria y empresas se suscita una disputa legal, entonces es ahí donde debe intervenir el capital emocionalmente inteligente en ambas partes, con lo cual como señala Chopra y Kanji (2010) aumentará la capacidad para solucionar conflictos, quedando claro la misión y compromiso con los objetivos empresariales, lo que se traduce en satisfacción mutua, así ambas partes queden conforme de acuerdo a las soluciones planteadas y ejecutadas. Las principales ventajas de aplicar la inteligencia emocional según Goleman (2016) están representadas por la comunicación eficaz, clima organizacional óptimo, trabajadores responsables, rentabilidad empresarial y productividad empresarial.

Comunicación eficaz

Para que exista interacción social es necesario desarrollar la comunicación, al aumentar la interacción entre las organizaciones, las relaciones entre ellas se vuelven más complejas. Los medios de comunicación han evolucionado para adecuarse a niveles avanzados y difíciles de relaciones. Para entender más este contexto es necesario conocer que la comunicación es transferencia de información entre dos o más personas, volviéndose una manera de conocer las ideas, hechos, pensamientos, sentimientos y valores, es decir, lo que el receptor entiende, no lo que el emisor dice.

Tanto personas como organizaciones se han dado cuenta del valor de comunicarse como recurso estratégico para desarrollarse y sobrevivir en un mundo altamente competitivo. No obstante en donde abunda comunicación pero no se controla y analiza puede convertirse en un hecho aislado, impidiendo el análisis de situaciones y toma de decisiones adecuadas. La comunicación en organizaciones para López (2013) juega un papel transcendental ya que si el mensaje o información que se quiere transmitir no es entendible, este puede causar una serie de malinterpretaciones pudiendo llevar a las empresas al fracaso. Para mitigar lo anterior es necesario que ambas partes tanto el emisor como el receptor desarrollen inteligencia emocional para moldear los pensamientos y así eviten los malos entendidos.

Para cumplir lo antes descrito, las personas deberán poner mayor atención cuando se transmite el mensaje, a su vez poseer suficiente inteligencia emocional para escuchar bien cuando la otra persona esté dando información, poder captarla con rapidez, analizarla y ejecutar las actividades que se intentan comunicar. Es necesario enfatizar en lo expuesto por Goleman (2016, p.134) "la frase más importante en las relaciones laborales es la comunicación efectiva que debe tomar el líder empresarial para motivar

a los empleados y así realizar sus actividades de forma efectiva, eficaz y apegada a los procesos”, pero sin lugar a dudas el líder debe garantizar que sus trabajadores también expresen sus puntos de vista para que la comunicación sea equilibrada y a su vez juntos puedan resolver los problemas organizacionales e innovar los procedimientos para obtener mayor productividad.

Clima organizacional optimo

El Clima Organizacional puede ser vínculo u obstáculo para el buen desempeño empresarial, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento. Por ello, es expresión u opinión personal que los trabajadores y directivos forman sobre la organización, incluyendo el sentimiento que el empleado siente al formar su cercanía o distanciamiento con respecto a su jefe, colaboradores y compañeros de trabajo, pudiendo estar expresada en términos de autonomía, estructura, recompensas, consideración, cordialidad, apoyo y apertura, entre otras.

Es así, como el clima organizacional según Robbins y Judge (2014), se refiere a las características del medio ambiente organizacional en que se desempeñan los miembros de ésta, cuyas características pueden ser externas o internas. Las cuales son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores, pues cada uno tiene una percepción distinta del ambiente laboral. El desarrollo de Inteligencia emocional se ha convertido en clave para cualquier campo y sobre todo en el empresarial, pues según Goleman (2016, p.98) “perfeccionar la enseñanza de inteligencia emocional empresarial permite crear climas organizacionales más acordes con la realidad organizacional” de lo contrario se incurrirán en actos que desencadenan mala gestión empresarial y decadencia en relaciones corporativa.

Dichos radican en modelos de cultura organizacional débiles en los que hay baja interconexión entre trabajadores y Administración pública, generando un bajo sentido de pertenencia del individuo hacia la organización. A medida que los conflictos entre empleados, líderes a nivel comunicacional y operativo aumentan, la necesidad por conseguir una motivación real de trabajo en equipo y liderazgo grupal se vuelve casi imposible, pues los cambios producidos en las relaciones con clientes, empleados, Administración Pública son pocos beneficiosos.

Antes lo descrito, es necesario que los grupos laborales implementen como estrategia para optimizar los procesos y lograr el éxito empresarial el impulso de la inteligencia emocional, pues ante diferentes cambios ya sean internos o externos, puedan poseer la capacidad de transformación rápida y objetiva, eso a su vez lograría un clima organizacional óptimo para el buen desenvolvimiento de las actividades empresariales y la estabilidad laboral pues un trabajador a gusto en su puesto de trabajo es un trabajador eficiente.

Trabajadores responsables

Efectivamente, además de mejorar la reputación y competitividad de una compañía, implementar inteligencia emocional como estrategia empresarial permite fomentar motivación laboral, Para Goleman (2016, p.67) lo más importante es hacer sentir a los trabajadores que forman parte del proceso empresarial “Si el trabajador ve que en el transcurso del tiempo va mejorando su posición dentro de la empresa, cada vez cuentan más con él, con sus conocimientos y habilidades, esto es un elemento de motivación para el trabajador, también para la empresa”. Por ende, el trabajador se vuelve más responsable y comprometido con los objetivos empresariales.

Es importante añadir, aquellos trabajadores que se sienten integrados en un proyecto empresarial, conscientes de no solamente recibir un salario, sino también unas condiciones de vida favorables, por ejemplo la conciliación

de su vida laboral con su vida familiar, están mucho más integrados. La motivación y el compromiso laboral constituyen aspectos fundamentales en el funcionamiento para cualquier organización. Robbins y Judge (2014, p.75) define “Para mantener comprometidas a las personas, las organizaciones deben darles la oportunidad de utilizar sus habilidades, ser creativas y sobre todo, ser escuchadas”. Con esta estrategia las empresas pueden captar, mantener e interactuar por largo plazo con trabajadores responsables.

Productividad empresarial

Existen distintas fuentes de pensamiento económico que sostienen que el capital humano es un factor determinante de productividad laboral. Ryback (2012, p.108) divulgó que la “destreza mejorada de cualquier trabajador se puede considerar desde la misma perspectiva que una máquina o herramienta que facilita o reduce el trabajo, y aunque tenga un costo, el gasto se compensa con la ganancia”. Siempre que dicha destreza mejorada apunte al crecimiento técnico, profesional, emocional y futurista.

Un aumento en la productividad empresarial estaría correlacionado positivamente con ingresos más altos y mayores niveles de bienestar. Existen distintas maneras para fomentar productividad laboral, tal como el aprendizaje o conocimiento que el trabajador necesite para desarrollar las actividades, capacitación profesional, o mediante experiencia laboral. Cuando una empresa está dispuesta a pagar un ingreso equivalente al valor generado, un aumento en el salario podría conducir una mejora en la eficiencia del capital humano, de tal forma que el trabajador podría gestionar un nivel productivo alto por la motivación de mayores ingresos económicos.

Con la práctica entre productividad e inteligencia emocional del trabajador, se puede lograr sistemáticamente participar con éxito en el mercado comercial, reducir costos de producción, ser más rentables y competitivos, lo cual se manifiesta en una mejor calidad de vida laboral.

Existen muchos factores que pueden afectar la productividad de una organización, en relación a esto Goleman (2016, p.165) expresa que, “lo fundamental es identificarlos y ver en qué medida la organización puede contrarrestar sus efectos negativos así como también reforzar los de incidencia positiva, al diseñar o adoptar estrategias que impacten en los resultados”. Logrando solventar las problemáticas internas y externas, garantizando con esto mayor rendimiento.

Hay factores externos sobre los cuales las empresas no tienen totalmente el control, tal como las regulaciones gubernamentales, administración pública, infraestructura social, estabilidad política y la sociedad como un todo, siendo necesario diseñar estrategias que permitan conocer eficientemente dichos factores, logrando aprovechar las oportunidades, lo cual requiere de un permanente monitoreo, análisis de cambios en el entorno y del manejo adecuado de la inteligencia emocional empresarial

Ética tributaria

La ética debe estar presente en todos los aspectos de la vida, para lograr una sociedad con mayores beneficios, conseguir creencias positivas, alcanzar una cultura estable y un país que garantice oportunidades justas. Debe ser una habilidad latente en las organizaciones, pues la ética influye entre los actores internos y externos logrando climas de confianza, permitiendo la comunicación innovadora del progreso, creadora de acrecentamiento del valor añadido donde todos deben ganar. Por eso Lizzotte (2011) explica que el éxito empresarial depende del factor fidelidad del cliente, relacionado al trato esmerado en precio, calidad, atención y el aspecto aún más valorado, un comportamiento ético.

Es importante señalar, la ética empresarial debe ser un comportamiento latente en los trabajadores, que ayude a tomar decisiones prudentes y justas fundamentadas en valores morales. Uniéndose dos líneas del campo ético que han ido tomando fuerza, la línea de prudencia relacionada con las decisiones sensatas y la justicia relacionada con adquisición de cierto nivel moral en una sociedad marcada también por el nivel de conciencia moral que debe tener toda empresa.

Un factor indispensable en la ética tributaria es la toma de decisiones prudentes para alcanzar metas y determinar valores o principios específicos del mundo tributario a los cuales las empresas se deben apegar. Para Álvarez y soto (2014, p.44) la ética tributaria “es muy importante para alcanzar metas e ir desarrollando hábitos tributarios por parte de personas implicadas en las actividades empresariales”. Lo relevante de esta virtud es que al crear hábitos necesarios y regidos por leyes que nos exigen andar en reglamentarias direcciones, los procedimientos empresariales fluyen con eficiencia.

Así pues, las empresas que cultiven ética tributaria se acostumbran a tomar decisiones prudentes, a marchar en dirección de lograr metas. Siendo dichas metas satisfacer necesidades humanas con calidad y cumpliendo con la legitimidad de leyes y reglamentos que guían a la sociedad. Cuando una empresa no se apega a las leyes, la Administración pública con pleno derecho de su potestad tiene autoridad a reclamárselo, a través de los mecanismos reglamentarios.

La naturaleza jurídica de la Tributación, nace del poder del Estado, quien ejerce potestad tributaria normativa, y potestad tributaria de imposición, todo en aras según Bencomo y Correira (2012, p.185) de:

Cooperar a la satisfacción de las necesidades de la población y a coadyuvar en el gasto público, donde la acción de tributar es un deber, en consecuencia es ético pagar tributos a través de impuestos, tasas y contribuciones especiales, es un

compromiso ciudadano, una necesidad para el mantenimiento del Estado.

Por lo tanto, la tributación contribuye al rendimiento financiero, a reducción de gastos operativos, a mejora de la imagen corporativa, en consecuencia es un asunto esencialmente ético, donde predomina los valores moralistas en conjugación con los mandatos legales.

A su vez, Alvarez y Soto (2012) señala que es importante tomar en cuenta los valores de las personas al realizar sus actividades empresariales, pues deben ir acorde con normas establecidas, evitando así sanciones y permitiendo cumplir con las obligaciones tributarias a las cuales están sujetos los contribuyentes, obteniendo como beneficio el desarrollo empresarial tanto social como económico. El abordaje de la ética en organizaciones debe iniciarse abriéndose un proceso de comunicación tanto interno como externo con los consumidores, proveedores, trabajadores y la sociedad como un todo, no simplemente para ofrecer lo que ellos quieren sino para construir con comunicación una situación nueva, dialogando para considerar lo que es trascendente para todos. A su vez crear un entorno manejable y óptimo con los entes reguladores creados por el mismo Estado como parte de la potestad constitucional.

La ética puede definirse según Bonilla (2013) como el conjunto de rasgos distintivos, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, derechos fundamentales del ser humano, sistemas de valores, tradiciones y creencias. La política pública juega un papel fundamental en los procesos éticos, pues las decisiones impositivas y sus expresiones en el gasto inciden cómo la sociedad construye su escala ética. La percepción que se tenga sobre la tributación se expresa en el grado de apatía hacia los impuestos, si las personas observan que los ingresos que el Estado obtiene a través de impuestos se expresan en una mejor calidad de vida, la antipatía hacia la tributación es menor.

El alcance del conocimiento que tienen las empresas y Administración Pública sobre el manejo de ética es un factor positivo para la productividad efectiva. Pues la ética tributaria es el conjunto de valores y actitudes que promueven el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias que a cada persona le corresponden como deber y derecho ciudadano. Con la ética tributaria es posible desarrollar aceptación voluntaria del pago por parte del contribuyente, el buen uso de los recursos públicos constituye un elemento central de la ética tributaria.

Se busca entonces, que la normatividad sea asimilada por los empresarios y/o contribuyentes y ejecutada en sus acciones. El contribuyente que acepta voluntariamente el pago lo hace por sí mismo y por la sociedad, más allá de si existe una sanción, por ende el cumplimiento oportuno se refiere al pago dentro de las fechas estipuladas y al rechazo ante prácticas de evasión. Según Bromberg (2009, p.13) la cultura tributaria se define como:

Conjunto de acciones diseñadas para mejorar la disposición de un sistema político en aceptar voluntariamente la carga y los procedimientos de tributos, tasas y contribuciones que se destinan a la provisión de bienes y servicios comunes o de bienes y servicios meritorios para el mismo sistema político que decide imponérselas.

Los contribuyentes opinan que se deben pagar más impuestos a medida que mejore la calidad de los servicios públicos, educación y seguridad, logrando menos corrupción, más control de evasión e incluso eficiencia en general.

Compromisos éticos

Para contribuir íntegramente se requiere una creencia ética, involucrando el deber para acatar las leyes en los Estados democráticos. Se piensa que la ética tributaria tiene una estrecha relación con la moral

ciudadana y relacionada también con el deber político, implica un compromiso moral pues contribuir es una acción que establece un vínculo social, un deber de solidaridad con todos los miembros sociales, incluyendo económicamente en el bienestar social de la población, haciendo sustentable al propio Estado y distribuyendo las riquezas recaudada en las tareas que la propia sociedad se ha impuesto.

El individuo como miembro social tiene un deber ético en contribuir con los tributos, por lo tanto el contribuyente debe estar consciente que su aporte irá al caudal general, sin poder exigir un beneficio propio y único, señala Álvarez y soto (2014) que el acto de contribuir, es propenso al mal moral manifestándose en los actos ilícitos como: evasión, falsificación, doble contabilidad, tráfico de influencias, falsificación de comprobantes fiscales, entre otros. No puede desconocerse que la autoridad fiscal también tiene un impacto ético en su actuación y desde el momento en que éste se pervierte con conductas tales como el manejo incorrecto del poder, soborno, corrupción, tácticas dilatorias que prolongan el cumplimiento de obligación fiscal e intereses personales diversos al objetivo institucional, se contamina igualmente el imperativo ético por exigencia al contribuyente.

Es por lo antes descrito que se vuelve indispensable el estudio y aplicación de compromisos éticos tributarios, los cuales deben reinar tanto para los contribuyentes como para la Administración Pública llevando un adecuado proceso tributario con mira a elevar la legalidad en los actos tributarios, contribuyendo con el sostenimiento social responsable. En tal sentido Ardila (2014) aclara que en la formación de conciencia ciudadana para motivar la contribución, se ha tomado el camino equivocado al querer promover el cumplimiento de obligaciones tributarias a través del establecimiento progresivo de severas sanciones, así como otras graves consecuencias jurídicas para los contribuyentes que se consideran

incumplidos y del otorgamiento de prácticas o facultades de fiscalización a las autoridades fiscales.

Así pues, el contribuyente debe obrar en acuerdo con los principios éticos para manejar adecuadamente el área tributaria, con información sobre sus responsabilidades fiscales, sus obligaciones y derechos, donde tenga opción en conocer el destino de sus aportaciones claramente, pero con la conciencia de que no le corresponde en lo personal una contraprestación específica. El contribuyente cumplido debe reconocer que su participación lo hace solidario con su comunidad, al ser honesto es participe del bien común donde mejore la distribución de la riqueza del país que colabora en el desarrollo integral social en general.

Para Bencomo y Correira (2012, p.197), “la conciencia ética tributaria puede cultivarse desde edades tempranas y grupos sociales pequeños, donde lo indispensable es conocer cuáles son los aspectos sobresalientes que deben ser conocidos, experimentados e incursionado con el fin de analizar por sí mismo el impacto beneficioso que trae la tributación honesta y responsable”, dichos aspectos enmarcan el conocimiento de los principios así como también elementos éticos tributarios, Participación responsable tanto del contribuyente como de la administración pública, para imponer justicia y obtener equilibrio fiscal.

Entonces, las actuaciones éticas de los ciudadanos, empresas, funcionarios e incluso del Estado, son base para construir confianza mutua, cada hecho que altere la responsabilidad y el compromiso ético debilita la confianza, perdiéndose el proyecto de construcción social. Por eso Bromberg (2009) señala que la tarea para todos los ciudadanos es doble, en primer lugar cumplir con el compromiso social comenzando con responsabilidades tributarias con el fin de obtener confianza, en segundo lugar sembrar en todas las personas el comportamiento responsable y ético con lo cual se fomentarían las relaciones económicas legales, honestas y

transparentes. Tales acciones para Álvarez y Soto (2014) deben ir de mano con los Principios éticos tributarios, Elementos éticos tributarios, Participación responsable, Honestidad y transparencia, Equilibrio tributario los cuales estimulan el compromiso tributario.

Principios éticos tributarios

La ética tributaria inicia en el contribuyente cuando conoce, aborda y maneja adecuadamente distintos parámetros tributarios, siguiendo tanto principios como medidas que conduzcan a cierta valoración de preceptos legales, dichos principios deben nacer para ser aplicables a impuestos justos. La economía moderna según Álvarez y Soto (2014) presentan constante cambios, ajustes y variaciones profundas en el ámbito tributario, por lo que debe ser un factor indispensable reconocer e identificar los principios éticos tributarios para su adecuada aplicación y seguimiento. Es imprescindible tener en cuenta que los principios fundamentales de la moralidad fiscal ayudan al contribuyente a ser más honesto y responsable.

Es importante reconocer que la ética tributaria surge de cierta naturaleza social del hombre por estar impulsado a vivir en sociedad, pero es necesario tener compromisos tributarios. Estableciendo un sistema objetivamente justo, cumpliendo todo acondicionamiento exigido por la justicia, debe llevar según Herrera y Álvarez (2012, p.22) “al objetivo de regular la distribución interindividual en los impuestos para que resulte satisfactoria desde un punto de vista ético”, así que los impuestos no deben resultar gravosos a los individuos de forma que se les extraiga lo mínimo posible en recaudación, sino en contribuir honesta y justamente en acuerdo a sus capacidades y responsabilidades económicas.

Los autores antes mencionados señalan que entre los esenciales principios éticos tributarios que debe ejercer todo contribuyente se encuentra

la generalidad en la cual toda personas jurídicas y naturales debe someterse al impuesto, ninguna persona puede excluirse de un impuesto general y personal sino por motivos basados en los fines del Estado. También debe influir la igualdad donde las personas en situación igual han de recibir el mismo trato impositivo, no debiendo concederse un trato tributario desigual a las personas que se encuentren en situaciones diferentes.

Aunado a las anteriores se encuentra la proporcionalidad (capacidad de pago) dicha señala que las cargas fiscales deben fijarse en proporción a los índices de capacidad de pago, donde la imposición resulte igualmente onerosa, en términos relativos, a cada contribuyente. Por último la redistribución, donde toda imposición debe alterar la distribución primaria en renta provocada por el sistema económico, disminuyendo las diferencias de renta mediante la progresividad.

Elementos éticos tributarios

La ética juega un papel sumamente importante, toda vez que conforma una reflexión dinámica hacia la conciencia y capacidad en procurar el bien tanto individual como organizacional. Una gestión tributaria de calidad implica el manejo de valores éticos que orientan, tales como vocación a los procesos legales, honradez, buena fe, confianza mutua entre contribuyente y Administración Pública, solidaridad, corresponsabilidad social, transparencia, dedicación al trabajo y el respeto a las personas. Es obvio, entonces, que los auténticos elementos políticos de una democracia social deberían reposar sobre normas tributarias con carácter ético, asegurando tanto las prácticas de justicia como la equidad en completa correspondencia con las necesidades e intereses ciudadanos.

En consonancia, Ardila (2014), reseña que los elementos éticas tributarios en las organizaciones no pueden tratarse como si fueran problemas de optimizar decisiones, por el contrario, deben señalarse los

valores, normas y mandatos sociales como un deber ético que corresponde a cada miembro de la organización, pero también a su condición de ciudadano, una vez que se logre entender esa unión que debe existir entre organización y ciudadano habrá mayor unión, logrando eficiencia organizacional e incluso laboral.

A su vez Herrera y Álvarez (2012) señalan que los elementos contribuyen al mejoramiento de la cultura tributaria en general, el primer elemento consiste en la legalidad donde toda administración tributaria se debe organizar actuando en conformidad con el principio de legalidad, por el cual la asignación, distribución y ejercicio las competencias se sujeta a las diferentes leyes, reglamentos y a los actos administrativos de carácter normativo, dictados formal y previamente conforme a la ley, en garantía a las libertades públicas que consagra el régimen democrático a los particulares.

El segundo elemento fundamenta la competencia que consiste en facultades, poderes conferidos por el ordenamiento jurídico a los órganos de la Administración para actuar en sus relaciones con los demás órganos administrativos pero también con los particulares. Como terceros tenemos la jerarquía que tiene que ver con competencias y su distribución por el grado dentro de una misma organización. Así mismo el cuarto ayuda a determinar la eficacia, eficiencia y celeridad relacionado al derecho, al cumplimiento adecuado de los procesos tributarios y sus debidos plazos, el derecho a la no suspensión de los procedimientos por razones injustificadas, el derecho a dar despacho a las cuestiones sometidas a la Administración en el orden que fueron presentadas.

Y por último el quinto elemento es la publicidad normativa que consiste en asegurar a los particulares el conocimiento de los actos generales con carácter normativo a ser dictados por los órganos Estadales, a los fines de garantizar su derecho a la seguridad jurídica, es decir, la publicidad contribuye a que todos los particulares conozcan (sin

discriminación) toda existencia y características de cualquier norma que los afecte o los vaya a afectar en su interacción con la Administración.

Participación responsable

Con participación ciudadanía se desarrollan diferentes aspectos tributarios, surgiendo una complementación del término ciudadanía activa, en donde la participación tiene impacto en la individualidad al actuar con responsabilidad, solidaridad y cooperación hacia la sociedad. El comportamiento de las personas determina toda forma de pobreza y riqueza económica, en donde Bromberg (2009, p.183) señala que “pobres no son sólo aquellas víctimas de una mala distribución en ingresos y riqueza, también lo son aquellos que sus recursos materiales, psicológicos, morales e intelectuales no les permiten cumplir con las demandas sociales que como ciudadanos se les exige”. Por eso, la pobreza surge sobre todo por carencia de ciudadanía, incluyendo en toda capacidad económica para satisfacer las principales necesidades sociales.

Actualmente el pago del impuesto para muchos contribuyentes está fuera de discusión moral, pues se piensa no existe libertad de acción, porque para el ciudadano cancelar impuestos es una responsabilidad legal obligatoria, no vista desde el aspecto netamente moral, precisamente ese pensar está llevando a la sociedad a la ruina ética donde se debilita toda participación responsable y conciencia social. Es posible para Herrera y Álvarez (2012) que la sociedad se pueda estancar económicamente cuando no se cultiva ética tributaria por medio de cierta participación responsable tanto del contribuyente como administración pública. Pues sus acciones correspondientes incluyen en la forma en que se constituye la imagen de recaudación del impuesto a partir del desempeño mutuo.

Es común que las personas se resistan a la cancelación de sus obligaciones tributarias, pues no se ven reflejadas en mejoras sociales claras. Ante lo expuesto, Ardila (2014) propone que tanto los contribuyentes como los entes recaudadores deben ser ciudadanos y entidades responsables obedeciendo las leyes, ejerciendo todos tus derechos y privilegios democráticamente, participando con conciencia social o ética tributaria. Además cuando se esté en una posición de liderazgo o autoridad, es necesario respetar abiertamente procesos democráticos para la toma de decisiones, evita la reserva e incluso el encubrimiento innecesario del proceso, asegurando que los demás tengan la información necesaria para hacer elecciones inteligentes y ejerzan sus derechos.

Ahora bien, tanto crear como promover ética tributaria no es tarea fácil, en especial cuando no la constituye sólo el conocimiento que deben poseer los contribuyentes, sino también el comportamiento a ejecuta la administración pública. Para Álvarez y Soto (2014, p.87) participación responsable consiste “en el cumplimiento de obligaciones tributarias puntuales, pero sobre todo espontaneas, comprendiendo el ciudadano que el pago de impuestos es positivo para el bienestar colectivo”, en donde aceptar voluntariamente todo tributo supone interiorizar valores de justicia y solidaridad, asumir un proyecto común, aceptando una correlación entre los derechos y obligaciones del Estado y los ciudadanos.

Cuando el monto del impuesto a pagar no es el esperado, se espera que afecte los ingresos que harían parte del presupuesto y si además el contribuyente omite información o incumple con obligaciones formales, engaña no solo al Estado sino a los demás contribuyentes que están actuando de manera honesta y transparente, a su vez causando a si mismo posibles daños relacionados con sanciones y multas al ser descubierto, pero sobre todo creando mala reputación ante el Estado y demás contribuyentes.

Entonces, las actuaciones éticas de los ciudadanos, empresas, funcionarios e incluso del estado, son base para construir confianza mutua. Cada hecho que altere negativamente la responsabilidad y el compromiso social debilita la confianza, si la confianza se pierde, se pierde el proyecto de mejoramiento sociedad y posibilidad del bienestar en general. Por ello Herrera y Álvarez (2012) señalan que las responsabilidades tributarias son distintas obligaciones, sustanciales (pago de los impuestos) y formales (declaraciones, presentación de información, inscripción, actualización en el registros, entre otras) que se originan por el hecho económico que genera una persona natural o jurídica y cuando se cumple se transforma en una responsabilidad social. Por lo tanto el incumplimiento responsable del área tributaria por el contribuyente manifiesta falta de moral.

Honestidad y transparencia

El tema de transparencia y responsabilidad en aspectos tributarios se ha vuelto un tema recurrente, vital tanto para los contribuyentes como para los entes recaudadores, pues lograr un equilibrio entre dichos y la capacidad del Estado en manejarlas adecuadamente es una tarea compleja. Requiere transparencia entre los principales sectores recaudadores y los contribuyentes, a través de pautas mínimas que vinculen el pago de impuestos con los beneficios que obtiene la población en las políticas de gasto público.

Es importante fortalecer la confianza en una ética tributaria, para construir un vínculo positivo entre los contribuyentes que pagan impuestos, quienes administran y utilizan los recursos, promoviendo el proceso de tributación y transparencia. La percepción de que el Estado cumple o no con sus funciones y la forma en que se definen las políticas públicas tienen un fuerte peso en la voluntad de los ciudadanos en cumplir a su vez con legalidad en materia tributaria, en sociedades fragmentadas, con una

ciudadanía con escasa capacidad participativa, existe un desajuste en el contrato social, lo cual debilita el sentido de honestidad en la población.

Ahora bien, las empresas juegan un rol importante en materia contributiva, pues son entidades jurídicas con alto nivel de abono tributario, a su vez son las más impactadas con regulaciones y procesos de fiscalización. Para Bencomo y Correira (2012, p.194) honestidad tributaria “es congruencia entre lo que se encuentra regulado en el ordenamiento jurídico con los actos que se desarrollan”. En este sentido, la falsedad e incluso malversación de activos con el objetivo en pagar menos impuestos, acarrea consecuencias sancionatorias perjudiciales para la imagen empresarial, sumándole el impacto negativo que produce en aspectos sociales, pues deja de percibir ingresos para la inversión social.

Asimismo, Herrera y Álvarez (2012) señalan que las tareas para los empresarios son dobles, en primer lugar, cumplir con regulaciones legales a cabalidad con el fin de fortalecer la confianza y la construcción de lazos de seguridad con los entes reguladores, segundo lugar, proporcionar a todos sus trabajadores herramientas para adquirir el comportamiento tanto responsable como ético con lo cual se fomentarían relaciones económicas, legales, honestas y transparentes. Por ende, las empresas actualmente no pueden permitirse un incumplimiento, una infracción ni un delito en materia tributaria, pues se verían dañados sus propios derechos y argumentos legales.

Cabe señalar, la educación tributaria debe ser el instrumento de enseñanza para contribuir a formar personas e instituciones consientes para convivir en un clima responsable obteniendo participación, capacidad en percibir realidad a través del conocimiento de procesos, deberes y derechos fundamentales. Es importante para Bromberg (2009) que el Estado garantice información en materia tributaria, bajo esquemas de reflexión que muestre los beneficios en contribuir, lo cual indudablemente ayudaría a darle un

sentido positivo al pago de impuestos, así como al ejercicio cívico responsable de deberes tributarios. Por lo tanto, se puede deducir que la ética tributaria conecta los conceptos relacionados con justicia, libertad y derechos fundamentales, pues la cultura fiscal es una acción recíproca entre las instituciones y ciudadanos, el Estado debe promover transparencia con el ejemplo propio.

Equilibrio tributario

La fortaleza por parte del Estado al recaudar es muy importante para el éxito al gestionar el equilibrio tributario, pues los procedimientos, jerarquización e inclusión de procesos contribuyen a mejorar las acciones frente a desequilibrios fiscales, institucionales y transparencia en asuntos públicos. Por ello el equilibrio tributario está vinculado con el manejo adecuado de todo gasto públicos y presupuestos fiscales, pues el déficit o superávit fiscal depende de políticas tributarias que el gobierno diseña y efectúa con los diferentes lineamientos que determinan el crecimiento económico.

Sin embargo, aclaran Álvarez y soto (2014, p.102) que “el equilibrio tributario no significa que quienes pagan impuestos se les vayan a exigir más, sino a quienes no lo hacen concientizar en hacer cumplir las leyes”. Por ende, es el Estado quien tiene la responsabilidad y obligación en mantener una planificación tributaria acorde, donde se identifique eficientemente todos aquellos actos económicos que generan una obligación tributaria, además actualizar la data de nuevos contribuyentes, para reconocer y recaudar los tributos de todos aquellos nuevos actos económicos que van naciendo día a día en el mercado económico.

Adicionalmente, las empresas son contribuyentes y a la vez recaudadoras de impuestos (agentes de percepción) pero no son retribuidos por esta función, expresa Ardila (2014, p. 84) que a los contribuyentes:

Se le debería otorgar el derecho a tener una opinión autorizada acerca de cómo los impuestos recaudados son gastados, esto permitiría abrir una vía de comunicación importante entre las empresas y la Administración, donde ambos podrían debatir acerca de los beneficios y costes de crear un entorno global competitivo para el desarrollo de negocios que beneficiaría tanto a las empresas como a todo el entorno donde éstas operan.

La democracia, las políticas económicas prácticas, el nivel de compromiso de los contribuyentes y el Estado determinaría hasta qué punto los impuestos pueden manejarse colectivamente y encontrar el equilibrio entre estas fuerzas es la base de una política tributaria y económica eficaz.

Por ello, un adecuado sistema tributario es claramente una tarea que le corresponde tanto a contribuyentes como a la administración tributaria, donde sus actuaciones deben reflejarse a través de normas jurídicas que estén acordes con principios orientadores del sistema tributario y establecidos constitucionales. No todo es equilibrado, pues existe una tendencia en aumentar el poder de la administración Tributaria, imponiendo control en un medio agobiado por evasión y determinadas necesidades sociales, por otra parte, se ha evidenciado cierto grado de violación o instigación a derechos y garantías de los contribuyentes, bien sea por arbitrariedades realizadas por los vacíos legales, o porque las carencias legislativas son suplidas por funcionarios con reglamentaciones, interpretaciones oficiales o simples aplicaciones abusivas de la ley tributaria.

Frente a las anteriores tensiones, se hace necesario para Herrera y Álvarez (2012) restablecer un equilibrio razonable entre concesión de poderes a la administración tributaria y el respeto a derechos y garantías a

los contribuyentes, mediante implantación de límites a esos poderes. Con lo cual se facilita la relación entre autoridades fiscales con contribuyentes para el correcto cumplimiento en sus obligaciones, pues ofrece un apoyo en soluciones de problemas que pudieran enfrentar los sujetos obligados, donde lo más importante, es que los contribuyentes pueden mantener a salvo sus derechos y garantías, convirtiéndose en un factor de equilibrio, evitando injusticias o inequidades en la sociedad.

Conciencia Tributaria

La tributación otorga un campo al estudio y análisis multidisciplinario, en el cual coincide la visión jurídica, económica, social, política, entre otros, donde tradicionalmente ha buscado el análisis económico de tributos, encaminado a determinar montos de ingresos que requiere el Estado para poder realizar fines que le han sido encomendadas por la sociedad. Todo lo anterior, fusionado con ética tributaria transforma procesos obligatorios en tareas espontáneas de los contribuyentes, asumiendo las empresas obligaciones tributarias en los diferentes sectores económicos del país. Para ello es necesario contar con un equipo responsable en las empresas y Estado, evaluando funciones correspondientes a diferentes clases de tributos que recaen en una organización y en general.

Ahora bien, para que la relación jurídica tributaria fluya adecuadamente es necesario sembrar y cosechar conciencia tributaria, consistiendo según Alva (2014) en “interiorizar en los individuos los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos voluntariamente, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual están insertos”. Esto sin necesidad de coacción, donde el objeto es verificar cada una de las obligaciones tributarias que les impone la ley y el contribuyente lo hace en ejercicio de sus facultades propias.

Por otra parte, toda empresa posee conciencia tributaria según Ardila (2014) cuando evita realizar funciones innecesarias causando pérdida en tiempo y dinero al cumplir con obligaciones Tributarias inadecuadamente, al igual aquellas que realizan una planificación tributaria para prever el pago de los impuestos, optimizar costos, auditoría, control interno, todas estas características fundamentales para evitar fallas en los procedimientos y por consiguiente sanciones impuestas por la administración tributaria. Por esta razón, es fundamental contar con un equipo empresarial altamente calificado, responsable en sus funciones para llevar una planificación tributaria con el objetivo de realizar eficientemente los procedimientos, evitando así funciones innecesarias que obstaculicen el cumplimiento de las distintas obligaciones tributarias.

Por consiguiente, es vital tomar en cuenta en las organizaciones y empresas aspectos sociales, mentales, estructurales, simbólicos propios que permitan definir la ética y conciencia tributaria. Por tal motivo la importancia radica en la solidaridad que debe existir entre las partes de la relación jurídica tributaria en pro del bien común, ya sea el Estado como ente facultado para solución de problemas a través de recursos obtenidos por las obligaciones tributarias y los sujetos pasivos en recibir a cambio todos los servicios necesarios para elevar calidad de vida.

Debe quedar claro, las recaudaciones tributarias permiten al Estado poder satisfacer adecuadamente las necesidades, pero no se necesita simplemente cobrar los impuestos, tasas y contribuciones para elevar el nivel de recaudación, sino crear en el contribuyente una conciencia tributaria que le permita tanto pensar como razonar por sí mismo las ventajas que acarrea dicho acto. Es necesario para Herrera y Álvarez (2012) fomentar conciencia tributaria donde se incluya el pago de impuestos como parte integral de la educación empresarial, en la que se asimile no solo conocimientos técnicos,

legales y laborales, sino también conductas. Formándose los principios y valores tanto éticos como morales necesarios para una mejor sociedad.

Inculcando los deberes tributarios puede forjarse conciencia tributaria, también creando grupos capacitados y eficientes, es decir, comunicación grupal debe ser un factor importante en la interrelación entre contribuyente y Estado. Es conciencia tributaria naturaleza propia en los actos económicos, que se realizan en diferentes ámbitos sociales, con el objeto de mejorar los procesos por medio de razonabilidad, que a su vez produce un beneficio general. Por lo anteriormente señalando dándole fuerza teórica Álvarez y soto (2014, p.165) consideran que la conciencia tributaria se observa en la sociedad desde la naturaleza social, naturaleza Política, naturaleza económica y naturaleza jurídica.

De naturaleza social

El hombre es un ser social por naturaleza, el cual debe vivir en comunidad e implícitamente debe aceptar los impuestos que a su vez representa el gasto para financiar todo servicio público que la propia sociedad requiere para poder servir a todos, inclusive al propio contribuyente que pagó sus tributos. Es decir, significa que los individuos y las empresas deben poseer conciencia cívica en pagar impuestos, reconociendo que es la contribución tributaria la que permite gozar de beneficios, derechos y privilegios que les proporciona las leyes. Al igual, es el Estado por medio de una administración tributaria, quien puede explorar óptimamente el cumplimiento voluntario, aumentando conciencia entre contribuyentes, tanto de individuos como empresas.

La conciencia tributaria de naturaleza social debe entenderse según Alva (2014, p.56) como “toda conducta racional del individuo orientada por su voluntad en lograr su realización plena, contribuyendo en la construcción social equitativa y justa, en conjunto con las necesidades en los diferentes

grupos sociales, así como del cumplimiento transparente a través del ejercicio tributario puntual y correcto”. Por lo tanto, a falta de compromiso social para realizar actividades voluntarias o solidaridad está altamente relacionada con la falta de conciencia para contribuir al gasto público.

Es necesario conocer que la conciencia social realizada a través del ejercicio de una ciudadanía tributaria activa se refleja en general, no sólo en algunas actividades, sé es responsable por ideología y principio, por lo que se espera que estos mismos principios rijan toda actitud del ciudadano en las áreas tributarias, inclusive en lo referente al pago tributario. A su vez, Álvarez y soto (2014) señalan que el medio financiero fundamental para que el Estado pueda ofrecer un espacio público idóneo para las actividades tanto económicas como sociales además de cumplir con sus obligaciones de proveer bienestar social se cumple a través del apoyo financiero que puede garantizar la sociedad misma. Es por ello que debe existir comunicación entre los contribuyentes y el Estado.

Las normas sociales ayudan a definir la conducta del individuo y refuerzan el conocimiento de lo que es bueno o malo, más allá incluso de lo que establezcan las leyes, tiendo validez siempre que el individuo considere que un determinado comportamiento es visto por la sociedad como algo positivo o negativo, por lo que, desde el momento en que forman parte de esa sociedad, aceptan directa o indirecta responsabilidades, deberes y derechos tributarios que regulan la convivencia social en este ámbito.

Las normas sociales antes señaladas se manejan en dos vertientes principalmente la influencia de personas cercanas, pues según Timaná y Paza (2014. P, 53) el cumplimiento tributario se ve influenciado por las normas sociales, así el cumplimiento es mayor en sociedades con alto sentido de conciencia social, al mismo tiempo que los individuos cuyas amistades son evasoras tienen más posibilidades en ser evasores también y

si los contribuyentes creen que la mayoría de las personas cumplen con las leyes, existirá una motivación que mejorará el pago de impuestos.

La otra vertiente se relaciona con tolerancia a la informalidad, cuyo factor también influye en las decisiones tributarias de toda persona, pues se argumenta que el incumplimiento tributario aumenta cuando los contribuyentes perciben que existen mayores incentivos al trabajar en el mercado informal. Pero se sostiene que dicha economía informal afecta el cumplimiento tributario, definiéndola como aquella que incluye a todos los factores productivos del mercado de bienes y servicios que se ocultan deliberadamente de las autoridades públicas con la finalidad en evitar el pago de impuestos y beneficios relacionados con seguridad social de sus trabajadores.

De naturaleza política

La administración de asuntos tributarios en toda empresa debe llevarse a cabo con total transparencia, orden, coherencia e incluso integridad, teniendo siempre presente las responsabilidades que se tiene con los accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, consumidores y demás grupos externos. Por ende, conciencia política en el área tributaria es una manifestación del ejercicio responsable tanto de las empresas como contribuyentes en general, el cual se instaura en el convencimiento del deber en contribuir con el financiamiento del Estado con estricto cumplimiento legal. Para Vega (2015, P. 53) La misma, “consiste en principios, reglas y estrategias que crean las empresas para regir la ejecución de destreza en materia tributaria”. Logrando con lo anterior ser estructuras más seguras en aspectos económicos y sociales.

Cabe señalar que la conciencia tributaria política está muy relacionada con la jurídica pero a diferencia, no basta solo con el cumplimiento consiente

de las leyes sino el análisis, planificación, creación, ejecución y seguimiento estratégico en las empresas para mejorar el cumplimiento adecuado de regulaciones así como también procedimientos en general. Garantizando el estricto cumplimiento del código de conducta empresarial, evitando la tributación múltiple, obteniendo mayor eficiencia en los tributos, logrando con esto minimizar riesgos legales.

Logran determinar Timaná y Paza (2014, P. 15) que las políticas más sobresalientes e influyentes en las empresas son: cumplir leyes tributarias, pues el cumplimiento no solo implica el acatamiento a las disposiciones legales, también conlleva al respeto de normas, siendo aplicadas en la práctica según la intención que el legislador tenga al momento de crearlas, sin desvíos que tiendan a obtener beneficios económicos adicionales. Programar auditorías, permitiendo garantizar transparencia y acatamiento de leyes en las prácticas tributarias. Establecer controles internos para asegurar que la información utilizada en la gestión tributaria sea completa, cierta, actualizada y comprobable.

La próxima política es velar que los colaboradores involucrados en la planeación, administración y ejecución de los asuntos tributarios, actuando conforme a la ley. Buscar mayor rentabilidad, sin incurrir en prácticas de evasión tributaria. Aprovechar los beneficios tributarios que toda ley otorga, sin comprometer las actuaciones legales ni reputación empresarial. Propiciar buenas relaciones con las autoridades tributarias. Colaborar con las autoridades tributarias, suministrándoles toda información solicitada de forma clara, precisa, completa e imparcial. Obrar con conciencia de función social y económica, para la comunidad a la hora del pago de impuestos. Participar en debates sobre asuntos tributarios, propiciados por alianzas gremiales o por los gobiernos locales. Realizar una interpretación legal tributaria lógica, acorde con el contexto económico, político y social.

De naturaleza Jurídica

En materia tributaria también existe conciencia jurídica, siendo actualmente explorada y estudiada, debido al papel que se le ha asignado dentro de las preocupaciones políticas. Se refiere a las reglas que gobiernan procedimientos mediante los cuales se liquidan y pagan impuestos por sujetos pasivos (deudores del fisco) y mecanismos de control que ejerce la administración pública sobre ellos, valiéndose de la imposición a una amplia gama en obligaciones formales, adicionales a la obligación sustancial de pagar el tributo.

Las leyes tributarias son en algunos aspectos difíciles de interpretar y comprender, por ello, las reglas y leyes más sencillas no implican que sean totalmente entendibles bajo una simple lectura porque se eliminarían ciertos términos técnicos, sin los cuales sería imposible crear dichas normas y elaborar un sistema tributario capaz de responder a la propia complejidad de la sociedad. Por ello Timaná y Paza (2014. P, 6) expresan que:

La mayor o menor complejidad de las leyes tributarias obedece simplemente a que la sociedad en que vivimos se ha ido convirtiendo también en una sociedad compleja, así un mecanismo para crear conciencia tributaria podría estar representado en formular leyes que sean menos gaseosas en materia de interpretación y por consiguiente sean más esquemáticas.

Cuando se refiere a sencillez se considera que debe ser entendido no sólo por su comprensión sino por su aplicación que otorgue resultados favorables tanto al Estado como al contribuyente. Además para intimar a realizar ciertas conductas tributarias por los contribuyentes es importante valerse de ciertos mecanismos de sanciones que regulen los valores morales, pues el concepto de deber fiscal se desvanece con rapidez si no

permite sanciones tipificadas por el derecho jurídico aplicadas por el poder público.

Por lo anterior, las empresas en general deben crear conciencia en el área tributaria, pues debe ser importante para el contribuyente conocer todo aspecto jurídico establecido el país en todas las áreas empresariales, para estar al margen de la ley, evitando sanciones perjudiciales. Señalan Herrera y Álvarez (2012) que la importancia en entender la composición de las empresas no sólo radica en conocer a sus empresarios, trabajadores y proceso productivo, sino también las normas, leyes y procedimientos de control. Con el objetivo de señalar los diferentes actos y procedimientos a cumplir en el ámbito tributario.

Por otro lado, Vega (2015) determina que la aparición del escenario jurídico en las empresas configura literalmente un evento extraordinario, exigiendo aceleradamente un surgimiento con el derecho empresarial, para ello se debe tener en consideración que este derecho gira en torno a la empresa y su actuación se circunscribe a normas jurídicas relativas a los empresarios y sus actos de conciencia surgidos en el ejercicio económico. Ahora bien, para el desarrollo organizacional es importante el factor humano pues son las personas quienes integran, dirigen y conducen al desarrollo empresarial por medio de acciones que realicen, ya sean correctas o incorrectas, determinando el beneficio o perjuicio desde el punto de vista ético-jurídico, determinando así el grado de conciencia tributaria.

De naturaleza Económica

Los logros y alcances económicos se miden por la capacidad para asegurar el mantenimiento de condiciones adecuadas para la sociedad y el manejo eficiente de sus recursos dentro del respeto a otras formas de vida contenidas en el medio ambiente, pero no se puede dar el calificativo ético a

una economía que no asegura las condiciones, por ende la economía estable es aquella que brinda las mismas condiciones en satisfacer necesidades básicas para todas las personas en general, sin distinguir raza, color o credo.

En cuanto a la naturaleza economía, Robleda (2015) señala que la económica no se preocupa por analizar bondad o maldad de las acciones humanas, salvo las violaciones materiales directas contra la ley, como el lavado de dinero, delincuencia organizada, secuestro, extorsión, evasión fiscal, contrabando, soborno, robo y mercado informal. Sin embargo, tanto aspectos económicos como éticos estudian el acto humano racional y sensato, pero la diferencia es que el aspecto ético estudia en conciencia, tomando en cuenta los valores encaminados a la bondad para detectar maldad de los actos, especialmente tributarios, en cambio la economía estudia cómo actúa el hombre en lo que gana o pierde.

La conciencia tributaria toma forma en el aspecto económico cuando se asume un orden ético para el bienestar social por medio del pago tributario para satisfacer necesidades en busca de optimizar la convivencia personal y laboral, toda empresa debe buscar aumentar su protección patrimonial para dar continuidad a proyectos de crecimiento, en tal virtud las necesidades crecen según se eleva el nivel de su satisfacción al igual que los trabajadores. Por tal razón Timaná y Paza (2014, P. 25) señalan que las políticas económicas “sirven para mover la curva de demanda en dirección que se necesite para alcanzar el pleno desarrollo empresarial, regulando el Estado las políticas tributarias para dirigir hacia el acondicionamiento económica evitando que ocurran fluctuaciones en los niveles de productividad y precios”, así como para condiciones necesarias para el desarrollo.

Para lograr conciencia tributaria económica, Chandler y Alaña (2015) recurren a las ideas elaboradas en el campo teórico económico ya que a través de sus principios, teorías, leyes y modelos, los resultados de las

acciones prácticas desarrolladas adquieren mayor confiabilidad, seguridad, certeza y conciencia ética, pues la formulación de políticas económicas comprenden dos procedimientos interdependientes.

El primero, determinación en los principales objetivos que se quieren alcanzar, necesariamente interrelacionados y cuantificados, iniciando por el desarrollo económico el cual es la búsqueda obstinada del desarrollo por medio de estrategias empresariales destinadas al fortalecimiento, crecimiento económico, social y estructural. Siguiendo con la estabilidad económica que a su vez reúne tres objetivos básicos que son: importancia vital relacionada al mantenimiento del pleno empleo, estabilidad general de los precios y equilibrio en la balanza de pagos tributarios. Por último eficiencia distributiva que busca disminuir las desigualdades en la distribución tributaria nacional entre los contribuyentes justa y correctamente.

El segundo procedimiento interdependiente es la elección de instrumentos de acción que se utilizarán para lograr objetivos determinados, los cuales son: la política monetaria relacionada con el control del sistema monetario por parte del gobierno para conseguir la estabilidad del valor del dinero, evitando una balanza de pagos adversa, alcanzar el pleno empleo buscando liquidez económica óptima. La política fiscal en cuyo gobierno destina en inversiones públicas, gastos públicos y obtiene ingresos por los impuestos sobre las actividades productivas y circulación de mercancías, sobre los ingresos y ganancias en cualquier otra naturaleza.

Bases Legales de la Investigación

Son aquellas referidas a lo señalado en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, las Leyes Orgánicas, los Reglamentos y Normas que dan basamento jurídico o pueden condicionar el desarrollo del trabajo investigativo. Según lo definen Palella y Martins (2012, p. 63) las

bases legales son " normativas jurídicas que sustenta el estudio desde la carta magna, leyes orgánicas, resoluciones, decretos, entre otros". Es importante especificar el número de artículo correspondiente, así como una breve opinión para relacionarlos con la investigación a desarrollar.

Cabe destacar, no existe una ley en este país para imponer que las empresas y/o personas estén obligadas a implementar y desarrollar la teoría de inteligencia emocional empresarial, sin embargo coexisten ciertos indicios legales por medio de los indicadores que pueden moldear las conductas emocionales empresariales por medio de la comunicación. La ética tributaria por su parte, si se puede ver reflejada claramente en las leyes y reglamentos, pues hablar de tributos es hablar de leyes que los regulen.

Por lo tanto, de acuerdo a la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV) (1999), puede analizarse el indicador de comunicación eficaz correspondiente a las ventajas que proporciona la inteligencia emocional empresarial por medio del artículo 58 el cual señala: La comunicación es libre y plural, comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley. Toda persona tiene derecho a información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, conforme con los principios de esta Constitución, así como el derecho a réplica y rectificación cuando se vean afectados directamente por informaciones inexactas o agraviantes. Todo lo anterior fusionado con inteligencia emocional, permite a las personas tener una comunicación óptima en comportamiento y acción, donde no hay cabida a inadecuados comportamientos que conllevan a conflictos.

Al igual, en la CRBV se pone en manifiesto ciertos parámetros para regir las acciones correspondientes a ética tributaria, pues en el artículo 2 se señala: Venezuela se constituye en un Estado democrático, social de Derecho y Justicia, defendiendo como valores superiores de su ordenamiento jurídico y actuación, la vida, libertad, justicia, igualdad, solidaridad, democracia, responsabilidad social, preeminencia de los

derechos humanos, ética y el pluralismo político. También se puede dar indicios del objetivo relacionado con conciencia tributaria en el Artículo 61, donde se manifiesta que toda persona tiene derecho a libertad de conciencia y manifestarla, salvo que su práctica afecte la personalidad o constituya delito. Toda negación en conciencia no puede invocarse para eludir el cumplimiento legal o impedir a otros su cumplimiento o el ejercicio de sus derechos.

Al igual el artículo 102 en la carta magna señala lo importante de la ética, pues exterioriza que en general educarse es un derecho humano, un deber social fundamental, es democrática, gratuita y obligatoria. El Estado la asumirá como función indeclinable con máximo interés en todos sus niveles, además como instrumento del conocimiento científico, humanístico y tecnológico al servicio social. Educación es un servicio público fundamentado en el respeto a todas las corrientes del pensamiento, con finalidad en desarrollar el potencial creativo para cada ser humano con pleno ejercicio de su personalidad en una sociedad democrática basada en valoración ética del trabajo, también en participación activa, consciente y solidaria en los procesos de transformación social sustentados con los valores de identidad nacional con visión universal.

También se toma como fundamento legal el artículo 133 CRBV, donde se expresa que todos deben contribuir con los gastos públicos mediante pago de impuestos, tasas y contribuciones. Así naciendo fundamentalmente el origen de la ética tributaria por medio del principio de generalidad, pues contribuir responsable, legal y espontáneamente a este artículo da inicio a las buenas acciones como contribuyente, buscando el beneficio social, económico y cultural en general.

Aunado a lo anterior el artículo 316 señala que: El sistema tributario procurará justa distribución en las cargas públicas según las capacidades económicas del contribuyente, atendiendo al principio de progresividad, así

como protección económica nacional y elevación del nivel de vida poblacional, sustentándose para ello en un sistema eficiente para recaudar los tributos. Con el cual se hace alusión al principio ético tributario referente a redistribución, pues el Estado garantiza que no puede violentarse la capacidad económica de las personas, es decir, a medida que crece la capacidad económica, crece el porcentaje de riqueza o ingreso que el Estado exige en forma tributaria, Siendo justo y conveniente para el crecimiento social.

En cuanto a conciencia tributaria Política, económica y social se puede soportar legalmente por medio del artículo 320 CRBV señalando: El Estado debe promover y defender estabilidad económica, evitar vulnerabilidad económica, velar por estabilidad monetaria, para asegurar el bienestar social. Los ministerios son responsables de las finanzas, el Banco Central de Venezuela contribuirá a la armonización de política fiscal con la política monetaria, facilitando el logro en los objetivos macroeconómicos. Es conveniente tener claro, no solo el Estado debe aplicar políticas fiscales que influyan en los aspectos tributarios, es indispensable que empresas creen las propias para su funcionamiento interno óptimo en conciencia tributaria, pero enmarcadas en el cumplimiento de normas y reglamentos del Estado.

Otro mandato que respalda legalmente los aspectos éticos tributarios es Ley Orgánica del Poder Ciudadano (2001) en el artículo 6 puntualiza: En el ejercicio de la atribución contenida en el numeral 1 del artículo 10 la presente Ley, se entenderá por ética pública el sometimiento en la actividad que desarrollan los servidores públicos, a los principios de honestidad, equidad, decoro, lealtad, vocación por el servicio, disciplina, eficacia, responsabilidad, transparencia y pulcritud; y por moral administrativa, toda obligación que tienen los funcionarios, empleados y obreros de los organismos públicos, en actuar dando preeminencia a los intereses del

Estado por encima de sus intereses particular o de grupos dirigidos a la satisfacción de las necesidades colectivas.

Por lo tanto, el artículo 10 señala: El Consejo Moral Republicano tiene las siguientes competencias:

1. Prevenir, investigar y sancionar los hechos que atenten contra la ética pública y la moral administrativa.
2. Velar por la buena gestión y la legalidad en el uso del patrimonio público.
3. Velar por el cumplimiento de los principios constitucionales del debido proceso y de la legalidad, en toda la actividad administrativa del Estado.
4. Promover la educación como proceso creador de la ciudadanía, así como las actividades pedagógicas dirigidas al conocimiento y estudio de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, al amor a la patria, a las virtudes cívicas y democráticas, a los valores trascendentales de la República, y a la observancia y respeto de los derechos humanos.
5. Promover la solidaridad, la libertad, la democracia, la responsabilidad social y el trabajo.

En acuerdo a lo anterior, se puede analizar que la ética tributaria no es un tema que concierne solo a los responsables de una obligación tributaria, sino también al Estado por ser la máxima autoridad reguladora en los procesos y procedimientos, por lo tanto, es necesario el cumplimiento adecuado, constante e ininterrumpido del Código de Conducta de los Servidores Públicos (2013), pues regulan los actos a desempeñar los responsables en velar por el cumplimiento de las leyes y procesos tributarios. Por ende los principios éticos del servidor público deben estar en función del siguiente artículo:

Artículo 3º: A los efectos de este Código son principios rectores de los deberes y conductas de los servidores públicos respecto a los valores éticos que han de regir la función pública:

- a) La honestidad.
- b) La equidad.
- c) El decoro.

- d) La lealtad.
- e) La vocación de servicio.
- f) La disciplina.
- g) La eficacia.
- h) La responsabilidad.
- i) La puntualidad.
- j) La transparencia
- k) La pulcritud.

Artículo 4º: El ejercicio de la función pública administrativa de cualquier servidor público propenderá a la combinación óptima de estos principios, debiendo tener prioridad la honestidad.

Artículo 5º: La honestidad exige actuar teniendo en cuenta siempre que los fines públicos excluyen cualquier comportamiento en desmedro del interés colectivo, destinado de alguna manera al provecho personal o grupal de los servidores públicos o de un tercero cualquiera que éste sea, o buscarlo u obtenerlo por sí mismo o por interpuesta persona

Artículo 26: La transparencia de los servidores públicos será practicada y apreciada según los siguientes criterios:

a) Toda persona tiene derecho a conocer la verdad. El servidor público no debe omitirla o falsearla, en menoscabo de lo establecido en la ley.

(...). d) La transparencia en los actos del servicio público exige, en especial, que la información de que dispongan los despachos y dependencias públicas ha de considerarse susceptible de acceso a toda persona natural o jurídica que tenga interés legítimo sobre el asunto.

Aunado las normativas legales que regulan los tributos en Venezuela son amplios, y el cumplimiento voluntario y constante es el primer desencadenante de la ética tributaria, algunas leyes son:

- Ley del Impuesto sobre la Renta (ISLR)
- Ley de Impuestos sobre Cigarrillos y Manufactura del Tabaco
- Ley de Impuesto al Valor Agregado
- Código Orgánico Tributario
- Entre otras

Aun cuando, inteligencia emocional empresarial no es un tema legalmente establecido, las leyes anteriores dan una idea perceptiva de que la ética tributaria con los diferentes indicadores se hacen sentir y a su vez la aplicación de esta da paso a la inteligencia emocional vista desde algunas perspectivas empresariales y contributivas, con lo cual se puede dar pie a diferentes actuaciones tanto por los contribuyentes como por el Estado como máxima autoridad reguladora de los tributos y actuaciones correspondientes a dicho acto.

Es por esto, que al ser aplicadas estas leyes por las empresas de manera rigurosa, generan en su ambiente bienestar y beneficios, no solo al Estado, sino a la empresa propiamente, siendo indispensables dichas leyes para el desenvolvimiento adecuado y legal de las actividades tributarias, a su vez dar a conocer y cultivar la ética e inteligencia emocional en las empresas, volviéndose así más consolidadas tanto económica como socialmente, logrando a su vez un equilibrio que beneficia a ambas partes en la relación jurídica tributaria.

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Cuadro N° 01: Operacionalización de las variables

Objetivo General: Analizar la inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo.				
Objetivos Específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Precisar las áreas de implementación de la inteligencia emocional empresarial presentes en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo	Inteligencia Emocional Empresarial	Áreas de aplicación	Manejo de conflictos	1-2
			Adaptación a cambios	3-4
			Toma de decisiones	5-6
			Negociaciones	7-8
			Trabajo en equipo	9-10-11
Señalar las ventajas de aplicar la inteligencia emocional empresarial en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo		Ventajas	Comunicación eficaz	12-13
			Clima organizacional óptimo	14-15
			Trabajadores responsables	16-17
			Productividad empresarial	18-19
Identificar los compromisos éticos tributarios puestos en práctica en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo.		Ética Tributaria	Compromisos éticos	Principios éticos tributarios
	Elementos éticos tributarios			22-23
	Participación responsable			24-25
	Honestidad y transparencia			26-27
	Equilibrio tributario			28-29
Describir la conciencia tributaria existente en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo.	Conciencia tributaria		Naturaleza social	30-31
			Naturaleza política	32-33
			Naturaleza jurídica	34-35
			Naturaleza económica	36-37
Generar lineamientos teóricos basados en la inteligencia emocional empresarial para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo.				

Fuente: Martínez (2019).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGICO

Resulta indispensable especificar los parámetros metodológicos que se utilizaron para el desarrollo de la investigación en la cual se estableció en primer lugar el tipo y diseño de investigación, la población que constituye el grupo representativo de informantes clave, las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos, la validez del instrumento y el análisis de los datos, lo cual condujo a alcanzar de los objetivos de la investigación.

Tipo de investigación

Tomando en cuenta la naturaleza de los objetivos, esta investigación se clasificó en tipo descriptiva, ya que el propósito fundamental fue describir las prácticas y estrategias de la inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo y así poder determinar el nivel de conocimiento y planificación de la alta y media gerencia con relación a dichos temas. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 102) mencionan “los diseños descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. Los aspectos descriptivos residen en el estudio de un suceso a partir de un modelo teórico para identificar las dimensiones propias del fenómeno investigado y comprobar la asociación entre la variable de estudio.

En este mismo orden de ideas, para Arias (2012, p. 24) la investigación descriptiva “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. El propósito debe ser describir una realidad en todos sus componentes, identificando todas sus características, a fin de dar respuestas

a las preguntas del de la investigación, logrando un conocimiento general que conlleve a la resolución de posibles problemas encontrados y aumentar el nivel de discernimiento.

A su vez, un estudio descriptivo para Méndez (2001, p. 89) “es aquel que identifica características del universo de investigación, señala la forma de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre las dimensiones a investigar”. Por ende, la finalidad de la investigación descriptiva residió en desarrollar los aspectos, elementos, políticas y estrategias que identifican y describen la naturaleza de la inteligencia emocional empresarial y la ética

Diseño de la investigación

Para visualizar la manera práctica y concreta de cómo responder a las interrogantes de la investigación, se cubrieron los objetos planteados, que implico seleccionar o desarrollar uno o más diseños de investigación y aplicarlos al contexto particular de su estudio. Para Arias (2012) la investigación de campo es:

Aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (p.32).

A su vez Lerma (2004, p. 125) señala que el diseño de campo “es aquel que describe un evento que ocurre o se observa en un momento único del presente, recolectándose los datos de fuentes vivas y en su contexto natural”. Logrando obtener la información de manera confiable, fresca y rápida, lo que genera a su vez eficiencia y rapidez a la investigación.

Seguidamente, es necesario mencionar que para Hernández, Fernández y Baptista (2014) lo que se hace en la investigación no

experimental es observar los fenómenos tal como se dan en el contexto original para después analizarlos. Por lo tanto, no se tiene control sobre la variable ya que los hechos son sistemáticos y no pueden ser manipulados. Los mismos autores señalan que este tipo de diseño se puede clasificar en transeccional y longitudinal, a su vez se puede dividir en exploratorio, descriptivo y correlacional-causal.

De acuerdo con lo anteriormente descrito, este trabajo se ajustó a la investigación transaccional descriptiva, debido a que los datos se recolectaron en un solo periodo y su objeto fue describir las variables inteligencia emocional empresarial y ética tributaria, midiendo sus efectos en un intervalo de tiempo basándose en los datos recopilados. También es considerada de campo ya que la información fue tomada desde su propia realidad, donde ocurren los hechos pertenecientes a los concesionarios automotrices del municipio Valera sin que exista manipulación de las variables objeto de estudio.

Población de la investigación

Es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Arias (2012, p. 82) “es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”. Ésta queda a su vez delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. Aunado Tamayo (2003, p. 114) cita que la población se define como “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”. Entonces, una población es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con determinadas especificaciones, un censo por ejemplo, es el recuento de todos los elementos de una población,

se puede clasificar en finita o infinita y su tamaño es denotado generalmente con el símbolo N.

Para efectos de esta investigación, la unidad de análisis tomada fueron los concesionarios automotrices del municipio Valera:

- Agro Andina, S.A (chrysler)
- Toyoandina, S.A (Toyota)
- Won Motors, S.A (Hyundai)
- Valfor, S.A (Ford)
- Valera Motors, S.A (Chevrolet)

Al igual la población estuvo conformada por el personal de alta y media gerencia de los concesionarios automotrices del municipio Valera, quienes son los encargados de planificar, gestionar y hacer cumplir la ética tributaria en las empresas en los diferentes procesos relacionados al tema. De acuerdo a información suministrada por el Departamento de Recursos Humanos y Administración de los concesionarios, la alta y media gerencia está conformada de acuerdo a los siguientes cargos:

Cuadro N° 02: Población

CONCESIONARIO	Alta Gerencia N°	CARGO	Media Gerencia N°	CARGO
Agro Andina, S.A	1	Gerente General	3	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente Administrativo • Gerente de Repuestos • Gerente de servicio
Toyoandina, S.A	1	Gerente General	3	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente Administrativo • Gerente de Repuestos • Gerente de servicio
Won Motors, S.A	1	Gerente General	3	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente Administrativo • Gerente de Repuestos • Gerente de servicio
Valfor, S.A	1	Gerente General	4	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente Administrativo • Gerente de Repuestos • Gerente de servicio • Gerente de crédito y cobranza
Valera Motors, S.A	1	Gerente General	4	<ul style="list-style-type: none"> • Sub-gerente • Gerente Administrativo • Gerente de Repuestos • Gerente de servicio
Sub-total	05		17	
TOTAL	22			

Fuente: Creado por la autora (2018)

Debido a que la población objeto de estudio fue finita y se consideró como un grupo de fácil medición, se excluyó el proceso de muestreo,

tomando en cuenta el total de la población existente. En efecto, para conformar la unidad de análisis de esta investigación, los sujetos informantes tomados fueron las 22 personas que conforman la alta y media gerencia de los concesionarios.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos son todos aquellos procedimientos y métodos que le proporciona al investigador la información necesaria para dar respuesta a la interrogante objeto de investigación. Según Lerma (2004, p.135) “son los procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar cumplimiento a su objetivo de investigación”. La técnica responde a cómo hacer, para alcanzar un fin o hechos propuestos, pero se sitúa a nivel de los hechos o etapas prácticas, tiene un carácter práctico y operativo. Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso del que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos la información o datos sobre las variables que tiene en mente.

Además, el instrumento para Hernández, Fernández y Baptista (2014) sintetiza toda la labor previa de investigación, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que correspondan a los indicadores, y por tanto a la variable o conceptos utilizados. Como técnica para este estudio se utilizará la encuesta la cual tiene como propósito obtener información relativa y características predominantes de la población mediante la aplicación de procesos de interrogación y registro de datos. Para Arias (2012), la encuesta permite obtener la información de un grupo socialmente significativo de personas relacionadas con el problema de estudio, para luego, por medio de un análisis cuantitativo o cualitativo, generar las conclusiones que correspondan a los datos recogidos.

Por ende, La encuesta se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. Es decir, plantear preguntas a una muestra de sujetos de la población. Indica Arias (2012) que la elaboración del cuestionario requiere del investigador un conocimiento previo del fenómeno objeto de investigación, lo cual debe realizarse en la primera etapa del trabajo. Las preguntas deben ser cuidadosamente preparadas tomando como base la relación del problema que se investiga y a las hipótesis a comprobar.

Con el fin de obtener los datos, se utilizó como instrumento un cuestionario mixto que contuvo preguntas cerradas, el cual no limitó al encuestado en su respuesta, brindando así la posibilidad en algunas preguntas de expresar las opiniones con mayor libertad, la población determinada debió mostrar un grado de identificación con la información planteada, a fin de evaluar los elementos de la inteligencia emocional empresarial y la ética tributaria que se maneja.

Es necesario mencionar en este punto, que dicho instrumento de recolección de datos se conformó por treinta y siete (37) ítems. Se pretendió con el cuestionario obtener datos escritos mediante alternativas de respuestas que ayudaron a los participantes a indicar su actitud o punto de vista con mayor claridad y facilidad en cuanto a las preguntas de inteligencia emocional empresarial y ética tributaria propuestas.

Revisión de la validez del instrumento

Una vez que se ha definido la técnica de recolección de datos y diseñado el instrumento, atendiendo al estudio descriptivo, antes de aplicarlos de manera definitiva en la muestra seleccionada, es conveniente someterlos a prueba, con el propósito de establecer la validez de éstos, en relación al problema investigado. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) la validez en términos generales, se refiere al grado en que un

instrumento realmente mide la variable que quiere medir, es decir, determinar cualitativa y/o cuantitativamente un dato.

La validez del instrumento se estableció por juicio de tres expertos conocedores del tema, para ello, se les hizo entrega de un formato contentivo del instrumento, la operacionalización de las variables y el planteamiento del problema, realizando los mismos sus respectivas correcciones y observaciones, emitiendo opiniones al respecto, comprobaron la adecuada relación entre objetivos, variable e indicadores con los ítems. Una vez revisado se produjo la versión definitiva, garantizando calidad a la investigación.

Revisión de la confiabilidad del instrumento

Para esta investigación la confiabilidad es un factor importantes pues distingue la propiedad existente en el empleo de los instrumentos de recolección de información la cual suministra el verdadero comportamiento de las variables de investigación, tal como lo señala Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.243) “es el grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide”, es decir, la medición representa al concepto medido.

Para la ejecución de este procedimiento metodológico, se aplicó una prueba piloto ya debidamente validada, la cual fue aplicada a 08 sujetos informantes de otras empresas con similares características laborales y empresariales al personal de altos y medios gerentes de los concesionarios automotrices del municipio Valera, así pues, para hallar el coeficiente de confiabilidad se utilizó como método el coeficiente Alfa de Cronbach el cual permitió hacer análisis de consistencia interna de los ítems de la prueba piloto, todo esto por medio de transcripción de las respuestas en una matriz de tabulación de doble entrada en el programa estadístico informático SPSS

el cual brindo el análisis de los datos recogidos y su transformación en información concreta.

Cabe señalar que una vez cálculo del Coeficiente de Alfa de Cronbach, se interpretaron los valores tomando en cuenta la escala de medición del 0 al 1 que según indica Ruiz (2000, p. 58) “dichos valores tienen el poder para separar a aquellos sujetos que tienen dominio de rango que mide el ítem en comparación con aquellos que no tienen tal dominio,” el índice de discriminación de un ítem es un indicador de validez y está directamente relacionado con la confiabilidad, mientras mayor sea ese valor promedio, mayor será la confiabilidad de la prueba.

Cuadro N° 03. Rangos y magnitud de interpretación del Coeficiente de Confiabilidad

RANGOS	MAGNITUD
0,81 a 1,0	MUY ALTA
0,61 a 0,80	ALTA
0,41 a 0,60	MODERADA
0,21 a 0,40	BAJA
0,01 a 0,20	MUY BAJA

Fuente: Ruiz (2000, p.58)

En este caso, al obtener los resultados numéricos del programa estadístico se reflejó un coeficiente de confiabilidad de 0,83, descrito como una magnitud muy alta en la escala anterior. De esta forma se constató que el instrumento diseñado era válido y confiable para ser aplicado a la población de estudio.

Cuadro N° 04. Estadísticos de fiabilidad.

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,831	,830	27

Presentación de los resultados

Los resultados arrojados luego del análisis de los datos fueron presentados mediante herramientas tecnológicas, tal como la computadora, la cual optimizará el procedimiento cuando el volumen de datos es grande y por lo tanto le agrega rapidez a la investigación. Dicho procedimiento se realizó utilizando programas computarizados tal como, Microsoft Excel 2010 en el cual se diseñó e ilustro los resultados en distribución de frecuencias y se tabulo en tablas, representados por medio de graficas de barra.

Procedimientos de la investigación

El presente estudio se desarrolló siguiendo el siguiente procedimiento:

- A) Se seleccionó el tema de estudio y unidad de análisis: Analizar la inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo
- B) Se identificaron las circunstancias del problema objeto de estudio y formulación de los objetivos de la investigación en función de los aspectos que se deseaban conocer a cerca del tema.
- C) Se identificó las variables con sus dimensiones e indicadores respectivamente.

- D) Se realizó búsqueda y selección de información para la conformación del marco teórico de la investigación, así como los antecedentes relacionado con las variables y dimensiones de estudio.
- E) Se formuló el enfoque metodológico de la investigación, estableciendo el diseño y tipo de investigación.
- F) Se determinó la población en términos cuantitativos y cualitativos.
- G) Se elaboró el instrumento de recolección de datos
- H) Se aplicó el cuestionario para para obtener los datos objetos de estudio
- I) Se analizaron e interpretaron los datos
- J) Se obtuvieron las conclusiones y se generaron las recomendaciones
- K) Se diseñaron lineamientos teóricos

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

Para discutir los resultados se presenta este capítulo, contribuyendo al análisis e interpretación de datos obtenidos del personal de alta y media gerencia en los concesionarios automotrices del municipio Valera, estado Trujillo, lo cual permite conocer los resultados adquiridos por medio del tratamiento estadístico, estableciendo aspectos cualitativos que se derivan de datos numéricos que se presentan.

En este capítulo, la investigación se concreta, estableciendo interpretaciones de resultados obtenidos para dar coherencia y rigurosidad científica al estudio, igualmente se adquiere posibilidades para demostrar sistematización en la investigación y efectividad con respecto al alcance de los objetivos planteados. Para estos efectos, se analizaron datos adquiridos por el cuestionario aplicado, organizándolos en tablas de doble entrada con la que se obtuvieron las frecuencias, los diferentes porcentajes que representan las alternativas de respuesta por ítems y representándolos en gráficas para observar con mayor claridad los resultados.

INTELIGENCIA EMOCIONAL EMPRESARIAL

I Parte. Áreas de Aplicación

La dimensión fue analizada a través de 11 ítems, los cuales buscaron dar respuesta al primer objetivo planteado, el cual consistió en precisar las áreas de implementación de la inteligencia emocional empresarial presentes en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo y cuyos indicadores son: Manejo de conflictos, adaptación a cambios, toma de decisiones, negociaciones y trabajo en equipo.

Manejo de conflictos.

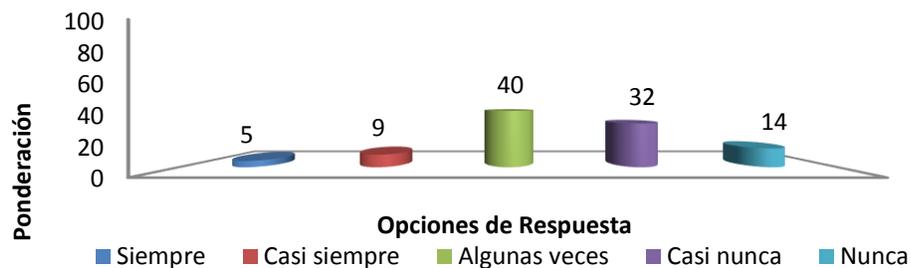
Este indicador está representado por dos ítems los cuales se analizarán por separados. Cabe destacar, el manejo de conflictos es la capacidad que deben poseer las personas dentro de las organizaciones para mantener un equilibrio adecuado ante situaciones tensas logrando consensos o acuerdos para que los involucrados resuelvan los desacuerdos con diplomacia y discusiones constructivas que aporten soluciones concretas, correctas y duraderas en el tiempo para beneficio de todos.

Tabla 1. Frecuencia de conflictos laborales en la empresa.

Ítems	Se presentan conflictos laborales en la empresa	Ítem 1	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	1	5
	Casi siempre	2	9
	Algunas veces	9	40
	Casi nunca	7	32
	Nunca	3	14

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 1. Frecuencia de conflictos laborales en la empresa.



Fuente: Datos tomados de la tabla 1.

Los resultados arrojados en tabla y gráfico 1, muestra las opciones que los sujetos encuestados consideran con respecto a si se presentan conflictos laborales en la empresa, de lo cual se puede conocer que el 40%

respondió algunas veces, seguido de 32% casi nunca, un 14% nunca, 9% casi siempre y por ultimo 5% siempre.

Analizando los datos anteriores se traduce, la mayoría de los entes informante consideran no es muy frecuente que se presenten conflictos laborales en la empresa, pero si se dan en algunas ocasiones, fundamento que este es un aspecto o comportamiento difícil de controlar pero no imposible de equilibrar, pues según Chalvin y Eyssette (2012) el conflicto en el ámbito laboral es una realidad palpable e inevitable que nunca se podrá suprimir del todo, tampoco pretender eliminarlo dentro de las organizaciones, pero sí es posible mantener un nivel tolerable y un tiempo relativamente corto para la solución.

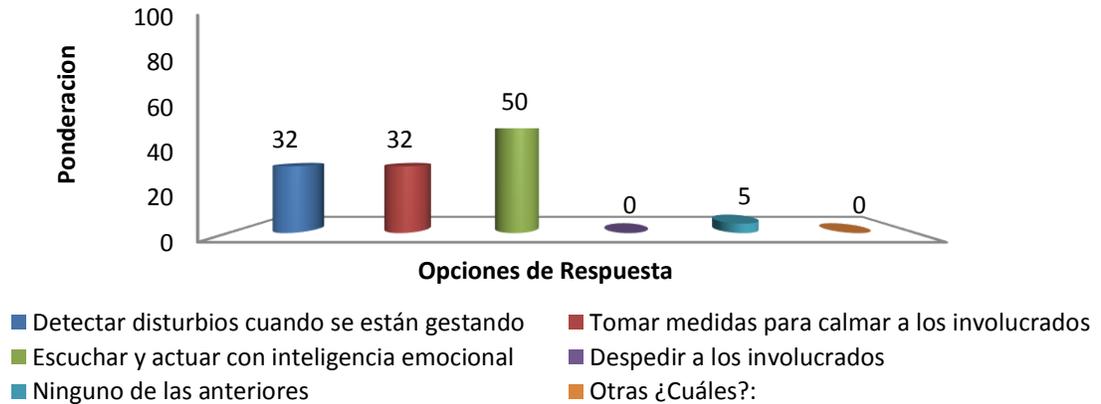
Aun sabiendo lo anterior, los concesionarios automotrices del municipio Valera carecen de un mayor nivel de capacidad para controlar los conflictos, pues aun teniendo claro que dichos son difíciles de evitar en su totalidad, se deben reducir al máximo con tolerancia, respeto, profesionalismo e inteligencia, lo cual según los resultados es una tarea pendiente por maximizar y gestionar por la alta y media gerencia a todos los trabajadores en las diferentes áreas o departamentos, desde el nivel laboral más alto al más bajo.

Tabla 2. Implementación de talentos para solucionar conflictos.

Ítems	¿Cuál (es) de los siguientes talentos posee para solucionar conflictos?	Ítem 2	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Detectar disturbios cuando se están gestando	7	32
	Tomar medidas para calmar a los involucrados	7	32
	Escuchar y actuar con inteligencia emocional	11	50
	Despedir a los involucrados	0	0
	Ninguno de las anteriores	5	5
	Otras ¿Cuáles?:	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018).

Gráfico 2. Implementación de talentos para solucionar conflictos.



Fuente: Datos tomados de la tabla 2.

Se observa en la tabla y gráfico 2, los Talentos para solucionar conflictos que poseen los encuestados son en su mayoría un 50% Escuchar y actuar con inteligencia emocional, un 32% Detectar disturbios cuando se están gestando, al igual 32% tomar medidas para calmar a los involucrados, llama la atención que 5% respondieron que no poseen ningún talento para solucionar conflictos y por ultimo las opciones Despedir a los involucrados y Otras ¿Cuáles?, no fueron seleccionadas.

Interpretando lo expuesto anteriormente, se puede afirmar lo interpretado por Goleman (2016, p.20) pues los principales talentos que tienen la alta y media gerencia “es detectar disturbios cuando se están gestando y tomar medidas para calmar a los involucrados por lo cual es fundamental escuchar y actual con inteligencia emocional”. A su vez existe un porcentaje de encuestados que no posee ningún talento de los anteriores, es decir, no practican del todo lo que coteja el autor.

Por consecuencia de lo anterior, existe un riesgo de no poder controlar ciertos desacuerdos o disputas entre los trabajadores, transformándose esto

en conflictos por no saber cómo actuar ante situaciones tensas y no tener definido cuales son las acciones o actos para manejar con diplomacia y tacto cualquier diferencia laboral o personal, generando debilidades en los concesionarios, dejando ver la deficiencia de gestión en este aspecto por la alta y media gerencia.

Adaptación a cambios.

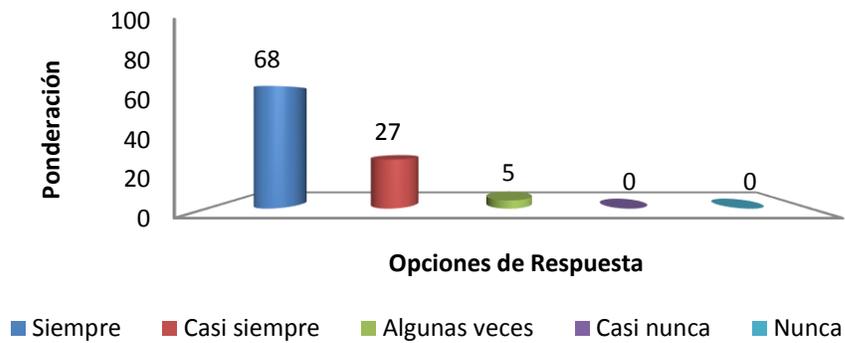
A este indicador lo constituyen dos ítems ambos explicados por separado. Importa señalar que se refiere a la aptitud con la cual se adecúa las personas a circunstancias, modificaciones y transformaciones en diferente índoles empresariales para mejorar los procedimientos y ejecutar eficientemente las actividades, logrando eficiencia y satisfacción laboral en general.

Tabla 3. Nivel de adaptación a los diferentes cambios empresariales.

Ítems	Se adapta rápidamente a los diferentes cambios que se presentan en la empresa	Ítem 3	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	15	68
	Casi siempre	6	27
	Algunas veces	1	5
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 3. Nivel de adaptación a los diferentes cambios empresariales



Fuente: Datos tomados de la tabla 3.

De acuerdo a la tabla y gráfico 3, un 68% de las personas expresaron que siempre, 27% casi siempre, 5% algunas veces, casi nunca y nunca no fueron seleccionadas. Todo esto concerniente a si alta y media gerencia se adaptan rápidamente a los diferentes cambios que se presentan en la empresa.

Según los resultados, es alto el nivel de adaptación por diferentes cambios en los concesionarios, manifestando que ante variaciones por simple evolución en procesos empresariales, la alta y media gerencia está preparada para asumirlos, logrando una estructura organizacional preparada para transformarse y evolucionar también. Por tal motivo en los concesionarios se aplica la teoría del autor Goleman (2016, p.24) pues las personas que se adaptan a cambios son aquellas capaces de “reconocen necesidades de efectuar cambios, retirando obstáculos, desafiando el statu quo para reconocer la raíz del cambio, su impacto y las acciones a realizar para poder innovar y cambiar, además reclutar a otros que sean modelo para el cambio esperado”.

Aun sabiendo que el nivel de adapta a los diferentes cambios que se presentan en la empresa es rápido, se debe mantener el liderazgo en la alta

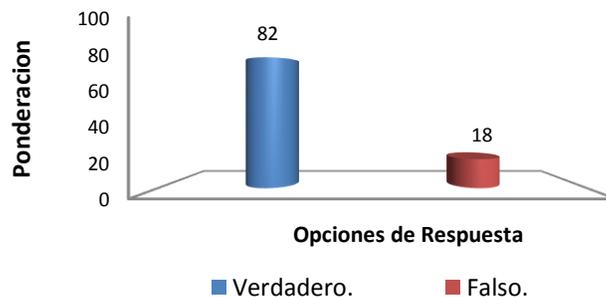
y media gerencia en los concesionarios, pues todo líder debe ser consciente de manejar sus propias sensaciones, ansiedades e incerteza, lo contrario puede crear un clima organizacional inseguro e incapaz de evolucionar ante las necesidades de transformación organizacional y los cambios sociales.

Tabla 4. Desarrollo de la inteligencia emocional para minimizar conflictos por falta de adaptación a los cambios.

Ítems	Considera que cuanto más conocimiento tenga sobre el tema de inteligencia emocional menos conflictos surgirán en la empresa por falta de adaptación a los cambios	Ítem 4	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Verdadero	18	82
	Falso	4	18

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 4. Desarrollo de la inteligencia emocional para minimizar conflictos por falta de adaptación a los cambios.



Fuente: Datos tomados de la tabla 4.

Los hallazgos encontrados en esta investigación, presentados en la tabla y gráfico 4 arrojaron que el 82% de los encuestados seleccionaron la opción verdadero y el 18% restante falso en relación a sí el conocimientos sobre inteligencia emocional ayuda a minimizar conflictos por falta de adaptación a los cambios.

Cabe destacar, el estímulo de la alta y media gerencia sobre inteligencia emocional es significativo pero no suficiente, pues no todo el personal considera que cuanto más conocimientos se tenga sobre inteligencia emocional menos conflictos surgirá en los concesionarios o en sus puestos laborales por falta de adaptación a los cambios internos o externos, cosa contraria a la teoría expuesta por Soto (2011, p.54) quien expresa “quiénes saben enfrentarse al cambio y gestionarlo eficazmente han aplicado, aunque no lo sepan, las reglas de inteligencia emocional”, a su vez saben manejar conflictos inherente a la propia evolución organizacional y profesionales.

No obstante, cuando las empresas no estimulan el conocimiento sobre inteligencia emocional a sus trabajadores se puede observar desmotivación y falta de capacidad para adaptarse eficazmente a los cambios, causando a su vez el descuido de tareas, produciendo que la fuerza laboral cometa errores en los procedimientos y además se pierda la oportunidad de nuevas iniciativas o ideas que pueden aportar los trabajadores y que serían beneficiosas e innovadoras para la empresa.

Toma de decisiones.

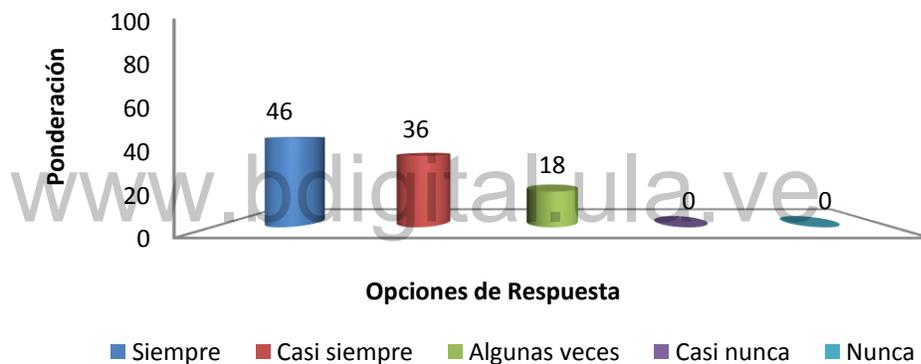
El presente indicador está compuesto por dos ítems, cada uno desarrollado por individual y su esencia radica en determinar que los trabajadores de alta y media gerencia posean la capacidad y entereza en evaluar alternativas de selección ante diferentes circunstancias, tomando la adecuada como resultado de una decisión apropiada e inteligente para un fin común.

Tabla 5. Grado de responsabilidad para tomar decisiones laborales.

Ítems	Tiene la responsabilidad de tomar decisiones en su puesto de trabajo	Ítem 5	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	10	46
	Casi siempre	8	36
	Algunas veces	4	18
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 5. Grado de responsabilidad para tomar decisiones laborales.



Fuente: Datos tomados de la tabla 5.

La tabla y gráfico 5 muestra que el 46% de los entes informantes se identifican con la opción Siempre, el 36% con casi siempre, el 18% con algunas veces y casi nunca y nunca no fueron seleccionadas, todo esto en referencia a si tiene la responsabilidad de tomar decisiones en su puesto de trabajo.

Los resultados arrojados por los datos anteriores demuestran que efectivamente las gerencias de los concesionarios tienen cierto grado de responsabilidad en tomar decisiones en sus puestos de trabajos, evidenciando la utilización de la teoría de Goleman (2016, p.43) que

expresa “tomar decisiones en las empresas refleja reglas y principios éticos fundamentales, lo cual se relacionan con lo correcto e incorrecto de las acciones realizadas por las personas dentro de la organizaciones”, por ende, la toma de decisión se puede abordar como herramienta gerencial para la resolución de conflictos empresariales que requieran una absoluta decisión.

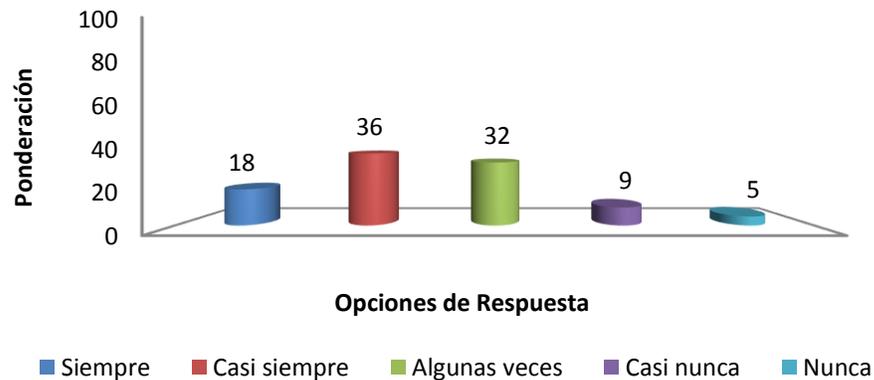
Ante lo expuesto, no es caso actual en los concesionarios, pero él no poseer personal suficientemente capaces para tomar decisiones rápida y efectivamente puede afectar el trabajo en equipo y por ende la organización como un todo, es por eso que cuando existe discrepancia entre algún estado actual con algún estado empresarial deseado, lo idóneo es considerar las posibles acción que permitan alcanzar el estado esperado por medio de decisiones, donde cada persona cumpla un rol bajo diferentes parámetros decisivos, pero la estrategia de cumplirlo es decisión y responsabilidad de cada individuo.

Tabla 6. Estimulo de la inteligencia emocional para tomar decisiones.

<i>Ítems</i>	Para mejorar las funciones empresariales toma decisiones usando la inteligencia emocional	Ítem 6	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	4	18
	Casi siempre	8	36
	Algunas veces	7	32
	Casi nunca	2	9
	Nunca	1	5

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 6. Estimulo de la inteligencia emocional para tomar decisiones.



Fuente: Datos tomados de la tabla 6.

Observando la tabla y gráfico 6 se pudo determinar que la opción sobresaliente fue la de casi siempre con un 36% con referencia a la pregunta, si para mejorar las funciones empresariales toma decisiones usando la inteligencia emocional. Seguidamente la opción algunas veces con 32%, siempre con 18%, casi nunca con 9% y nunca 5%.

Analizando los resultados en este ítem se puede determinar que los informantes de alta y media gerencia no consideran del todo apropiado que tomar decisiones utilizando la inteligencia emocional mejore las funciones empresariales, en este aspecto no hay relación con lo señalado por Robbins y Judge (2014) quienes alegan, para tomar decisiones es necesario considerar una opción entre dos o más alternativas para solucionar problemas, es por ello, necesario al tomar decisiones se haga uso de inteligencia emocional al momento de elegir las opciones, es decir, adoptar la opción más consistente y favorable, que ayude a mejorar las funciones empresariales, a su vez lograr mayor equilibrio en todos los aspectos laborales.

Al no cumplir con lo anterior, los concesionarios pueden verse en riesgo de tomar decisiones erróneas que conlleven a malos procedimientos empresariales y laborales, a su vez incumplan las reglas y principios éticos fundamentales, los cuales se relacionan con lo correcto e incorrecto de las acciones realizadas por las personas dentro de los concesionarios pudiendo convertirse en procesos negativos para todo jefe o líder que deba gestionar equipos y recursos humanos, pues no tienen el control ni equilibrio para mantener la estructura organizacional eficientemente.

Negociaciones.

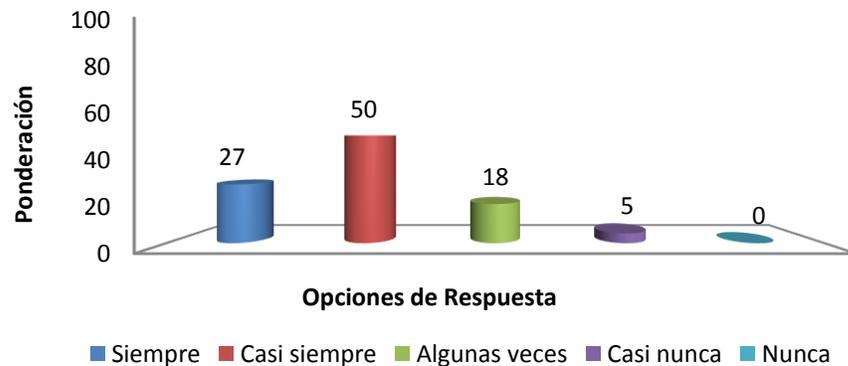
Dicho indicador esta soportado por dos ítems que al igual a los anteriores serán analizados por separado, entendiéndose como un acto en el cual dos o más personas en una empresa tienen un aspecto de interés mutuo y desean lograr una alianza o convenio para desarrollarlo por entendimiento lógico, económico y social, logrando llegar a un acuerdo y punto de equilibrio en donde cada parte tiene la ganancia esperada de acuerdo al compromiso establecido.

Tabla 7. Persistencia de las negociaciones para aumentar la rentabilidad y productividad empresarial.

<i>Ítems</i>	Realiza actos de negociaciones para aumentar la rentabilidad y productividad en la empresa	Ítem 7	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	6	27
	Casi siempre	11	50
	Algunas veces	4	18
	Casi nunca	1	5
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 7. Persistencia de las negociaciones para aumentar la rentabilidad y productividad empresarial.



Fuente: Datos tomados de la tabla 7.

Puede observarse, los concesionarios automotrices se ponen en práctica los actos de negociaciones, pues el 50% de los encuestados contestaron que casi siempre se realizan negociaciones para aumentar la rentabilidad y productividad empresarial, seguidos por el 27% respondiendo que siempre, un 18% algunas veces, 5% casi nunca y la opciones nunca no fue seleccionadas.

Se entiende que la mayoría de alta y media gerencia tiene claro que las negociaciones son actos indispensables para mantener un nivel rentable adecuado en las empresas, concordando con teorías de Goleman (2016) quien expresa que a través de negociaciones las organizaciones se vuelven más activas e interactivas, pues generan beneficio productivo, económico e innovador. Cabe descartar, los resultados muestran que el 5% casi nunca toma decisiones, pudiendo ser un síntoma negativo para los concesionarios, pues la alta y media gerencia debe estar capacitada en todo momento para realizar negociaciones tanto en aspectos económicos como laborales, lo

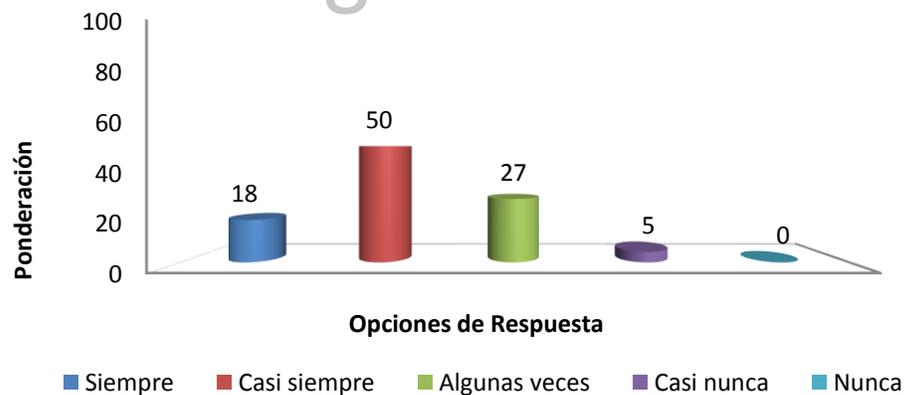
contrario puede ocasionar pérdidas de oportunidades y desmejorar la productividad empresarial.

Tabla 8. Utilización de Inteligencia emocional empresarial para realizar negociaciones.

Ítems	Cuenta con la cualidad de inteligencia emocional empresarial al momento de realizar negociaciones	Ítem 8	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	4	18
	Casi siempre	11	50
	Algunas veces	6	27
	Casi nunca	1	5
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 8 Utilización de Inteligencia emocional empresarial para realizar negociaciones.



Fuente: Datos tomados de la tabla 8.

Esta tabla y gráfico muestra las opciones que los sujetos encuestados consideran en cuanto a que cuenta con la cualidad de inteligencia emocional empresarial al momento de realizar negociaciones, respondiendo un 50% que casi siempre, un 27% algunas veces, 18% siempre, 5% casi nunca y nunca no fue tomada en cuenta.

Deja ver estos datos que la alta y media gerencia en los concesionarios automotrices cuentan con alto porcentaje de inteligencia emocional empresarial al realizar negociaciones en sus entornos laborales, existiendo relación con lo manifestado por Goleman (2016) por lo general las altas y medias gerencias empresariales deben poseer la cualidad de inteligencia emocional, pues con ella se desarrolla aptitudes para captar, entender e implementar eficazmente la fuerza y perspicacia de las emociones humana, para transformarlas en información, logrando eficaces relaciones e influencia en los negocios.

Aun entendiendo que este indicados arroja resultados positivos, no lo hace totalmente, pues los encuestados alegan no siempre utilizar inteligencia emocional empresarial en las negociaciones, causando a largo tiempo cierta incapacidad para interpretar los sentimientos de otra persona puesto que toda negociación lleva una gran carga emocional en ambas parte y por ende originando conflictos de actitudes que a la larga puede llevar a tomar decisiones negativas a la hora de negociar, pudiendo repercutir desfavorablemente en la productividad empresarial y laboral.

Trabajo en equipo.

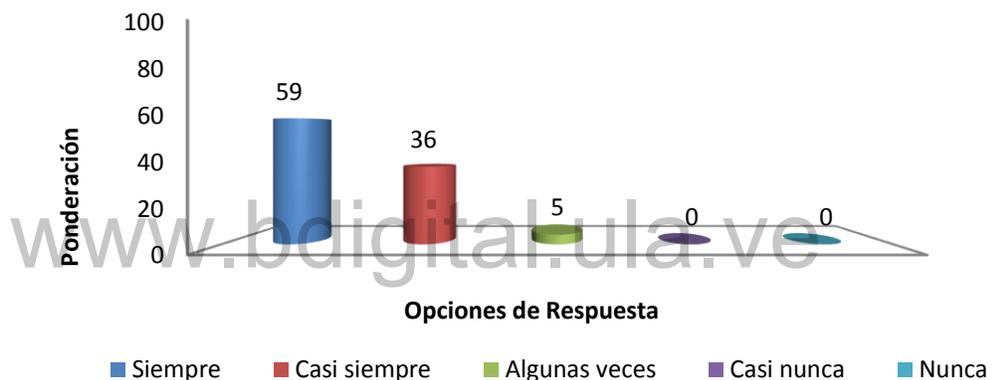
Son todas aquellas actividades empresariales que se realizan en conjunto a otras personas con el fin de realizar los procesos o procedimientos con mayor eficiencia, rapidez e interacción y si aunado se aplica la inteligencia emocional los grupos se transforman en ejes efectivos con máximo control empresarial y por lo tanto efectividad organizacional. Resulta importante informar que este indicador a diferencia de los demás, está constituido por tres ítems.

Tabla 9. Desarrollo del trabajo en equipo en las empresas.

Ítems	Se cultiva el trabajo en equipo dentro de la estructura empresarial.	Ítem 9	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	13	59
	Casi siempre	8	36
	Algunas veces	1	5
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 9. Desarrollo del trabajo en equipo en las empresas



Fuente: Datos tomados de la tabla 9.

El gráfico 9 muestra que un 59% de encuestados tomaron la opción siempre como la adecuada para responder a la pregunta relacionada a si se cultiva el trabajo en equipo dentro de la estructura empresarial, el 36% dice que casi siempre, un 5% que algunas veces, por último la opción casi nunca y nunca no fueron tomadas en cuenta por ningún encuestado.

Como resultados se obtiene que los concesionarios automotrices desarrollan trabajos en equipo dentro de su estructura empresarial y laboral. Ya que López (2013) señala que las organizaciones se mueven en entornos muy cambiantes, por lo tanto necesitan respuestas rápidas, flexibles, adaptadas a nuevas circunstancias, este es el motivo principal por lo cual

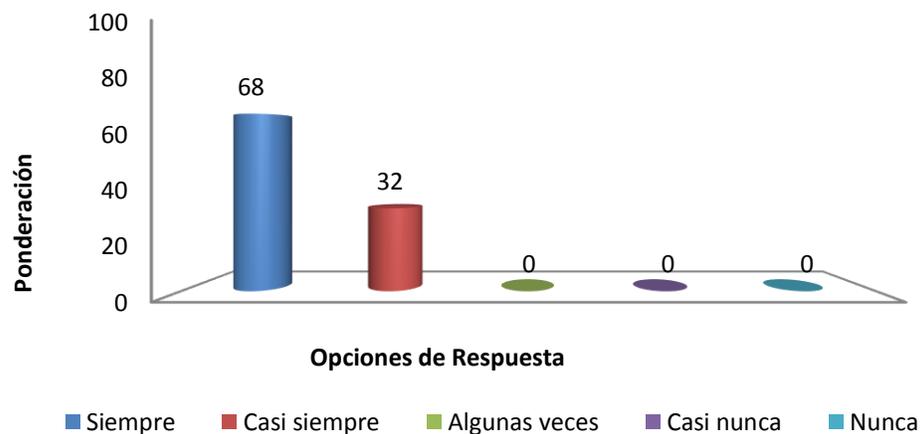
hay interés por el trabajo de equipo, pues se ha visto incrementado notablemente. Generándose equipos más adaptativos porque se ayudan unos con otros. Ante la teoría expuesta y según resultados porcentuales de este ítem se puede ratificar que se cultiva efectivamente el desarrollo de trabajo en equipos en los concesionarios.

Tabla 10. Nivel de productividad empresarial al trabajar en equipo.

Ítems	Logra la empresa mayor productividad cuando se trabaja en equipo	Ítem 10	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	15	68
	Casi siempre	7	32
	Algunas veces	0	0
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 10. Nivel de productividad empresarial al trabajar en equipo.



Fuente: Datos tomados de la tabla 10.

Los resultados obtenidos de los datos, arrojaron que el 68% de los entes informantes consideran que siempre logra la empresa mayor productividad cuando se trabaja en equipo, seguidamente un 32% respondió

que casi siempre y las opciones algunas veces, casi nunca y nunca no fueron seleccionadas.

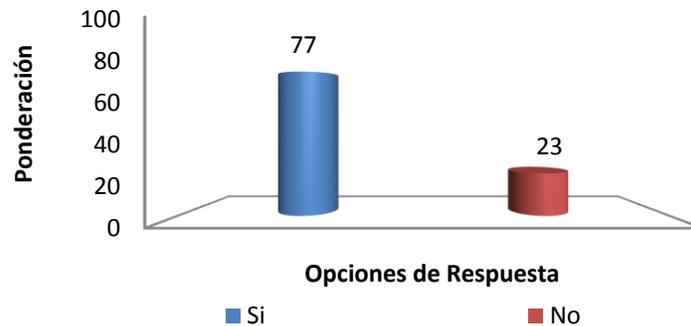
Ante datos anteriores, se puede notar que la alta y media gerencia de los concesionarios automotrices del municipio Valera sí promueven trabajo en equipo y como resultado logran mayor productividad empresarial. Como afirma Canas (2013, p.270) el interés del trabajo en equipo radica en reflejar un reconocimiento profundo, tal vez inconsciente, pues equipos prometen un progreso mayor que el ofrecido por trabajo individual logrando mayor productividad empresarial perdurable según el tiempo”. Es por esto que existe un resultado efectivo con respecto a los resultados, pues efectivamente se aplica la teoría del autor antes mencionado.

Tabla 11. Disposición de líderes empresariales capaces de guiar los equipos de trabajo con inteligencia emocional.

Ítems	Tiene la empresa líderes emocionalmente inteligentes para guiar equipos de trabajo más adaptativos	Ítem 11	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Si	17	77
	No	5	23

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 11. Disposición de líderes empresariales capaces de guiar los equipos de trabajo con inteligencia emocional.



Fuente: Datos tomados de la tabla 11.

En este ítem se puede observar que el 77% de informantes alega que las empresas donde laboran si tienen líderes emocionalmente inteligentes para guiar equipos de trabajo más adaptativos, por el contrario el 23% dicen no al respecto. Es necesario resaltar, los entes informantes deben ser los principales líderes pues ocupan altos y medianos puestos gerencias, quienes dirigen y guían todo procesos, procedimientos y actitudes laborales. Arrojando este indicador una debilidad, pues un 23% consideran hay fragilidad de conocimientos sobre inteligencia emocional para guiar equipos laborales más adaptativos ante diferentes circunstancias, cambios internos o externo.

Aun cuando los resultados tienen alto nivel en aceptación por los encuestados, cabe resaltar que el porcentaje negativo merece atención, pues es un hecho importante que cierto nivel de gerentes o líderes aleguen la falta de inteligencia emocional empresarial para guiar equipos laborales adaptativo, consideran dicho aspecto por sus compañeros de gerencia o autoevaluándose, es por ello crucial determinar la falla y su procedencia.

Con lo anterior se manifiesta poca similitud con la teoría de Goleman (2016, p.93) quien comenta que "la inteligencia emocional mejora el trabajo en equipo, las relaciones con clientes, la capacidad para controlar estrés, liderar y asimilar cambios". De no corregir dicha falla ciertos líderes gerenciales pueden sufrir dificultad para manejar o guiar adecuadamente al personal, lo que conllevaría a que dichos no logren evolucionar ante diferentes cambios así como tampoco adaptarse rápidamente, repercutiendo no solo en el aspecto laboral sino también productivo y económico de los concesionarios.

II Parte. Ventajas.

La dimensión fue estudiada a través de 8 ítems, los cuales son capaces de responder al segundo objetivo planteado, que consiste en señalar las ventajas de aplicar la inteligencia emocional empresarial en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo y cuyos indicadores son: comunicación eficaz, clima organizacional óptimo, trabajadores responsables y por ultimo productividad empresarial.

Comunicación eficaz.

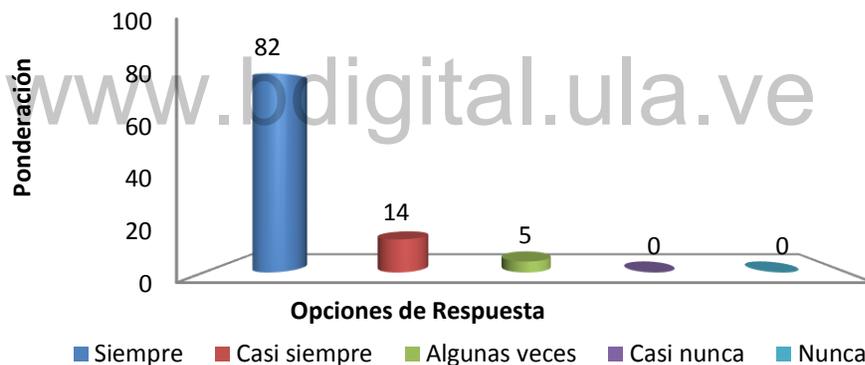
Este indicador se define como un acto donde fluye información entre dos o más personas, con el objetivo de transmitir una idea o conocimientos en diferentes ámbitos empresariales y laborales volviéndose una manera de conocer las ideas, hechos, pensamientos, sentimientos y valores, es decir, lo que el receptor entiende, no lo que el emisor dice. La situación descrita de este indicador será estudiada por dos ítems los cuales se explicarán de manera individual.

Tabla 12. Existencia de comunicación eficaz para mejorar el ambiente organizacional.

Ítems	Mejora el ambiente organizacional cuando existe comunicación eficaz entre los trabajadores	Ítem 12	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	18	81
	Casi siempre	3	14
	Algunas veces	1	5
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 12. Existencia de comunicación eficaz para mejorar el ambiente organizacional.



Fuente: Datos tomados de la tabla 12.

Según los resultados obtenidos en el ítem 12 representados por la tabla y gráfica interior, se puede observar que un 81% de los entes informantes consideran la opción siempre como la adecuada para responder a la pregunta, mejora el ambiente organizacional cuando existe comunicación eficaz entre los trabajadores, de la misma forma el 14% respondió que casi siempre, seguido del 5% algunas veces y las demás opciones no fueron tomadas en consideración.

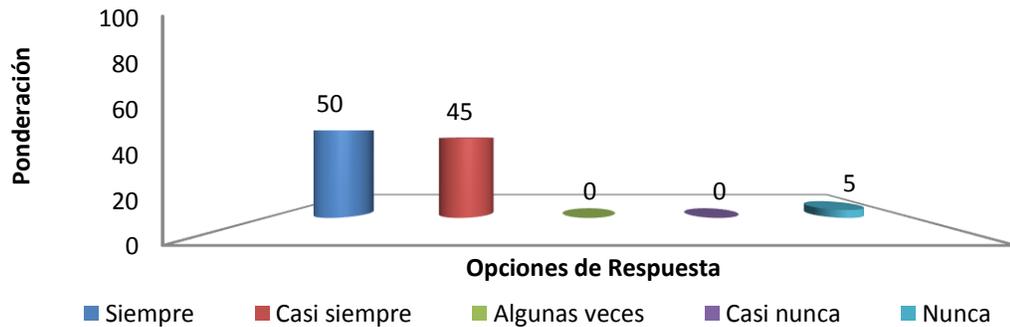
Por consiguiente, los resultados demuestran que la unidad de análisis de esta investigación aplica la comunicación de manera eficaz para mejorar el ambiente organizacional entre trabajadores, estando en proporción con lo expuesto por López (2013) quien revela que al aumentar la interacción y comunicación entre trabajadores, sus relaciones se vuelven más complejas y efectivas, lo que a su vez genera un ambiente organizacional plenamente adecuado para los procedimientos empresariales. Al no existir comunicación entre los trabajadores y el mensaje o información a transmitir no es entendible, este puede causar una serie de malinterpretaciones pudiendo llevar a las empresas al fracaso.

Tabla 13. Nivel de comunicación entre los líderes y trabajadores para realizar adecuadamente las actividades.

Ítems	La comunicación entre los líderes y trabajadores permite realizar las actividades apegadas a los procesos y reglamentos	Ítem 13	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	11	50
	Casi siempre	10	45
	Algunas veces	0	0
	Casi nunca	0	0
	Nunca	1	5

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 13. Nivel de comunicación entre los líderes y trabajadores para realizar adecuadamente las actividades.



Fuente: Datos tomados de la tabla 13.

Con respecto a la opinión expresada en el ítem 13 se observa que el 50% consideran que siempre la comunicación entre líderes y trabajadores permite realizar las actividades apegadas a procesos y reglamentos empresariales, seguido de 45% alegando casi siempre, 5% nunca, algunas veces y casi nunca no fueron tomas en cuenta por los encuestados. Se constata que los concesionarios toman la comunicación entre líderes y trabajadores como un aspecto de importancia con nivel de aplicación alto, permitiendo realizar las actividades empresariales apegadas tanto a procesos como reglamentos preestablecidos en los concesionarios. A su vez preexiste un porcentaje mínimo del 5% el cual expresa lo contrario, aunque no es representativo es necesario observar su comportamiento para mantener un control.

Observando los resultados, hay similitud con la hipótesis de Goleman (2016, p.134) quien afirma “la frase más importante en las relaciones laborales es la comunicación efectiva que debe tomar el líder empresarial para motivar a los empleados realizando sus actividades de forma efectiva, eficaz y apegada a los procesos”. Aun sabiendo este resultado, es lógico prevenir que el porcentaje mínimo del 5% aumente ya que nunca ve la

comunicación entre líderes y trabajadores como un aspecto importante para controlar las actividades empresariales, pudiendo causar a largo tiempo desequilibrio laboral y mala comunicación.

Clima organizacional óptimo.

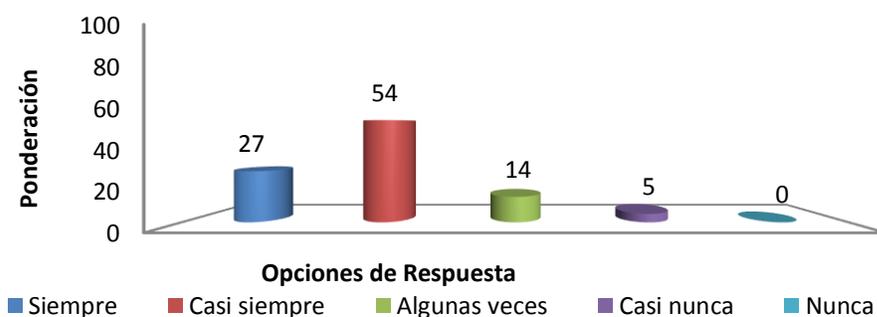
Este indicador se fundamenta en dos ítems, cuyos se basan en la idea de un entorno empresarial apropiado donde se acepta los diferentes puntos de vista y hay cooperación mutua, lo cual ayuda a optimizar los procesos y lograr el éxito empresarial, pues se afrontan los diferentes cambios y como resultado se obtiene estabilidad laboral que a la vez genera un trabajador satisfecho, eficiente y a gusto en su puesto de trabajo.

Tabla 14. Garantía de clima organizacional óptimo.

Ítems	El medio ambiente laboral de la empresa se caracteriza por un clima organizacional óptimo	Ítem 14	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	6	27
	Casi siempre	12	54
	Algunas veces	3	14
	Casi nunca	1	5
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 14. Garantía de clima organizacional óptimo.



Fuente: Datos tomados de la tabla 14.

Los datos de la tabla y gráfico referente a la pregunta del ítem 14 indican, que en un 54% los encuestados consideran que casi siempre el medio ambiente laboral de los concesionarios se caracteriza por un clima organizacional óptimo, seguido del 27% con siempre, alguna veces 14%, 5% casi nunca y no seleccionaron la opción nunca. Como resultado, se confirma que las empresas manejan un clima organizacional óptimo elevado.

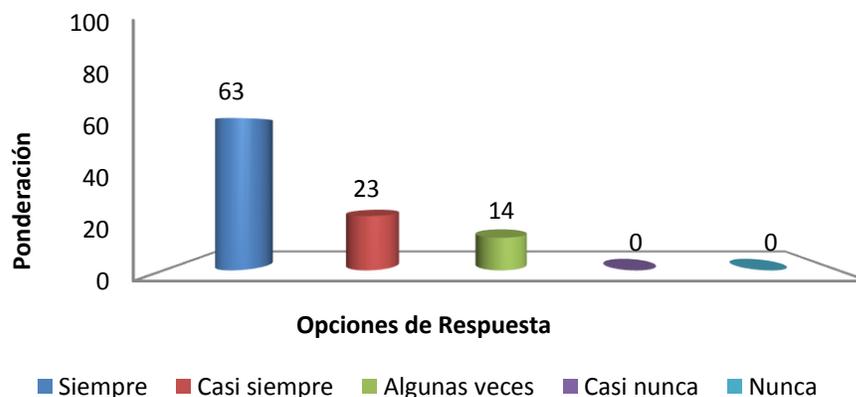
Después de conocer los datos anteriores se puede decir que los concesionarios practican la teoría de Robbins y Judge (2014) quienes exponen que el medio ambiente organizacional puede ser vínculo u obstáculo para el buen clima y desempeño empresarial. En este caso han vinculado adecuadamente los procedimientos laborales para obtener un clima laboral óptimo, es necesario ser constantes con dicho vínculo pues lo contrario conlleva a climas tensos y conflictivos en la estructura organizacional.

Tabla 15. Importancia del desarrollo de inteligencia emocional empresarial para lograr un clima organizacional óptimo.

<i>Ítems</i>	Encuentra importante el desarrollo de la inteligencia emocional empresarial para lograr un clima organizacional óptimo	Ítem 15	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	14	63
	Casi siempre	5	23
	Algunas veces	3	14
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 15. Importancia del desarrollo de inteligencia emocional empresarial para lograr un clima organizacional óptimo.



Fuente: Datos tomados de la tabla 15.

Observando los datos de la tabla y gráfico 15 se demuestra, un 63% de los entes informantes consideran que la empresa considera siempre importante el desarrollo de la inteligencia emocional empresarial para lograr un clima organizacional óptimo, el 23% expone que casi siempre, el 14% expresa algunas veces, las ultimas alternativas no fueron seleccionadas.

Al conocer los datos anteriores se puede decir que los concesionarios le dan importancia al desarrollo de la inteligencia emocional empresarial con el objeto de lograr un clima organizacional adecuado para realizar procedimientos empresariales eficientes para beneficio del trabajador. Esto por su puesto tiene relación con lo explicado por Goleman (2016, p.98) quien reitera que “perfeccionar la enseñanza de inteligencia emocional empresarial permite crear climas organizacionales más acordes con la realidad organizacional”. Lo contrario Puede causar actos que desencadenan mala gestión empresarial y decadencia en relaciones corporativa.

Trabajadores responsables.

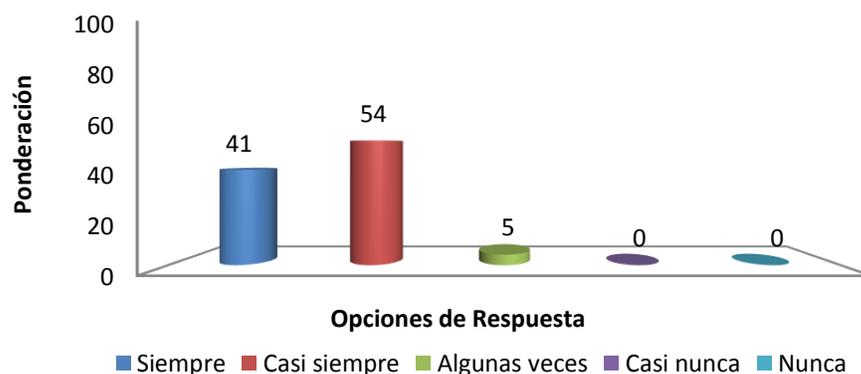
Este indicador está constituido por dos ítems en los cuales se estudia el comportamiento que desempeña los trabajadores en sus puestos. Un trabajador responsable es aquel que cumple con el compromiso de realizar cada proceso y acción con ética, respetando las normas y reglamentos, ideando nuevos procesos con el objetivo de mejorar las actividades empresariales pero sobre todo utilizando la inteligencia emocional para lograr un clima laboral adecuado.

Tabla 16. Grado de responsabilidad de los trabajadores.

Ítems	Cuenta la empresa con trabajadores responsables	Ítem 16	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	9	41
	Casi siempre	12	54
	Algunas veces	1	5
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 16. Grado de responsabilidad de los trabajadores.



Fuente: Datos tomados de la tabla 16.

Como resultado esta tabla y gráfico muestra que 54% de los informantes tienen afinidad con la opción casi siempre, seguido del 41% para la

alternativa siempre, algunas veces con un 5% y las demás alternativas no fueron seleccionadas, todo esto respondiendo la pregunta si los concesionarios automotrices Cuentan con trabajadores responsables.

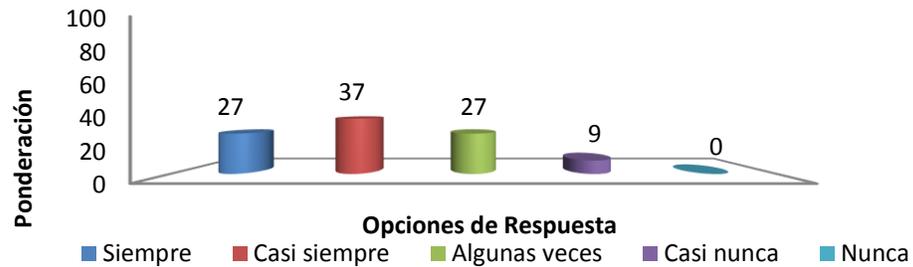
A este respecto, los concesionarios cuentan con un grado de responsabilidad laboral alto, esto significa que las empresas brindan entornos apropiados y con beneficios mutuos, confirmándose lo dicho por Goleman (2016, p.67) “Si el trabajador ve con el tiempo mejoras en su posición dentro de la empresa, además tomándose en cuenta sus conocimientos y habilidades, esto se transforma en elementos de motivación”. Pero es importante conocer que el no asegurar entornos confiables, causara alertas significando que las empresas no garantizan ámbitos justos, causando un efecto contrario a la responsabilidad.

Tabla 17. Garantía de estímulo a los trabajadores para que exploren sus capacidades.

Ítems	Garantiza la empresa a los trabajadores la oportunidad de explorar sus habilidades, creatividad y ser escuchados	Ítem 17	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	6	27
	Casi siempre	8	37
	Algunas veces	6	27
	Casi nunca	2	9
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 17. Garantía de estímulo a los trabajadores para que exploren sus capacidades.



Fuente: Datos tomados de la tabla 17.

Dado los resultados de este ítem, se conoce que el 37% de los encuestados alegan que casi siempre los concesionarios garantizan a todo trabajador la oportunidad de explorar sus habilidades, creatividad y ser escuchados, así mismo siempre y algunas veces fueron seleccionadas con un 24% cada una, casi nunca con 9% y nunca no fue tomada en cuenta.

En virtud, este resultado puede dar por hecho que no siempre los concesionarios garantiza a sus trabajadores la oportunidad de explorar sus habilidades laborales, mostrar su creatividad y ser escuchados en todo momento, orientándose hacia una contradicción con la teoría de Robbins y Judge (2014, p.75) quienes dicen “Para mantener comprometidas a las personas, las organizaciones deben darles la oportunidad de utilizar sus habilidades, ser creativas y sobre todo, ser escuchadas”.

El efecto que arrastra los concesionarios al no garantizar dichas oportunidades puede arrojar como consecuencia comportamientos laborales conformistas, poca creatividad a la hora de crear nuevas estrategias empresariales, desinterés de ser escuchados y tomados en cuenta para los procesos imperativos y poca responsabilidad laboral, todo lo anterior a la vez puede transformarse en ineficiencia empresarial, causar mala reputación y pésima competitividad en los concesionarios como empresa.

Productividad empresarial.

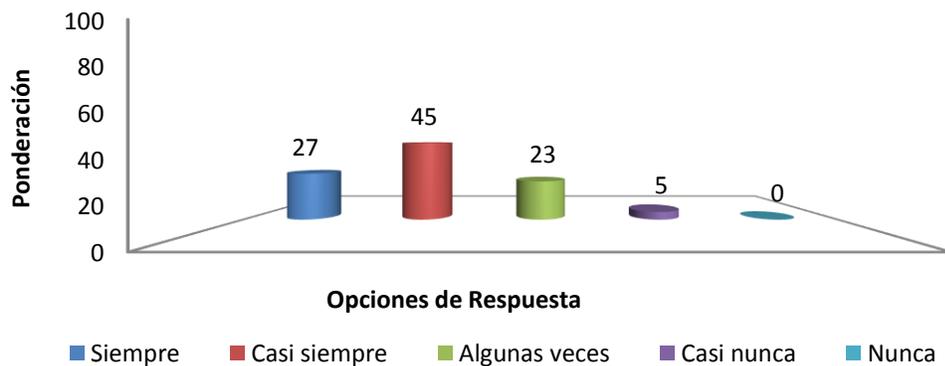
Son aquellas acciones y planes que las empresas deben desarrollar e implementar por medio de información transmitida a cada trabajador, sobre los procesos y su aplicación correcta, obteniendo resultados positivos en correlación a ingresos más altos y mayores niveles de bienestar mutuos. La situación descrita de este indicador será estudiada por dos ítems los cuales se explicarán de manera individual.

Tabla 18. Estimulo de la productividad empresarial.

Ítems	Se fomenta la productividad empresarial por medio de la capacitación profesional y técnica de los trabajadores	Ítem 18	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	6	27
	Casi siempre	10	45
	Algunas veces	5	23
	Casi nunca	1	5
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 18. Estimulo de la productividad empresarial.



Fuente: Datos tomados de la tabla 18.

La tabla y gráfico representada por el ítem 18 muestra, el 45% de los encuestados consideran que en los concesionarios automotrices casi siempre se fomenta la productividad empresarial por medio de capacitación profesional y técnica a los trabajadores, el 27% expresa siempre, 23% algunas veces, 5% casi nunca. Esto significa que existe un porcentaje considerable de trabajadores que recibe poco o nada capacitación profesional y técnica para ejercer su cargo o actividades adecuadamente.

Dichos resultados revelan la poca consistencia que existe entre los actos realizados por los concesionarios y lo revelado por Ryback (2012, p.108) quien dice “la destreza mejorada de cualquier trabajador se puede considerar desde la misma perspectiva que una herramienta, facilitando o reduciendo el trabajo, siempre que dicha destreza mejorada apunte al crecimiento técnico, profesional, emocional y futurista, lográndose por medio de la capacitación”. Como consecuencia de recibir poca o nada capacitación el trabajador no contara con el aprendizaje o conocimiento necesario para desarrollar las actividades eficientemente, por ende cometer errores al desarrollar sus tareas laborales, lo cual es perjudicial para las empresas, pues a mayor errores, mayores riesgos económicos, laborales y en general empresariales.

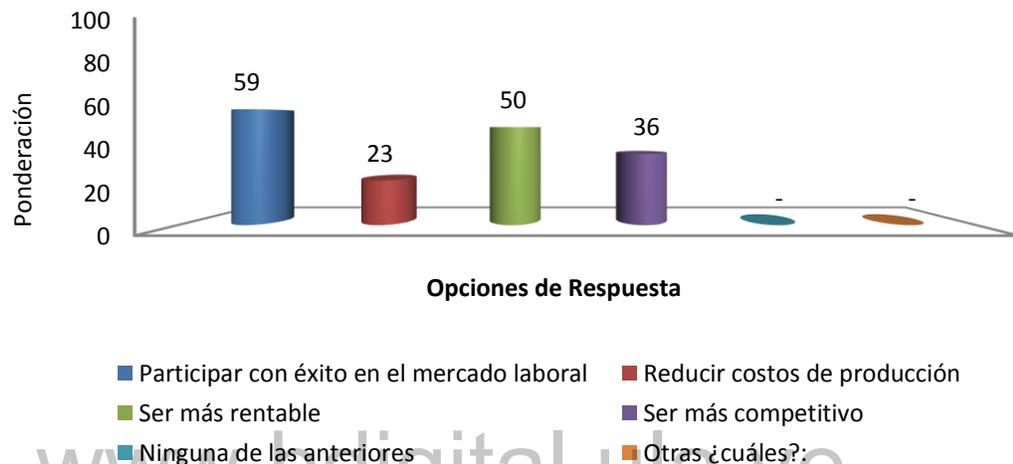
Tabla 19. Logros de fusión entre inteligencia emocional empresarial y productividad laboral.

Ítems	A través de la fusión y práctica entre la inteligencia emocional empresarial y la productividad el trabajador puede lograr:	Ítem 19	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Participar con éxito en el mercado laboral	13	59
	Reducir costos de producción	5	23
	Ser más rentable	11	50
	Ser más competitivo	8	36
	Ninguna de las anteriores	0	0

Otras ¿Cuáles?:	0	0
-----------------	---	---

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 19. Logros de fusión entre inteligencia emocional empresarial y productividad laboral.



Fuente: Datos tomados de la tabla 19.

Los datos del gráfico referente a la pregunta de selección múltiple del ítem 19 indican, los encuestados consideran que a través de fusión y práctica entre la inteligencia emocional empresarial y productividad el trabajador puede lograr: en un 59% participar con éxito en el mercado laboral, por otra parte, 50% ser más rentable, al igual un 36% ser más competitivo, seguidos por el 23% lograr reducir costos de producción, la penúltima y ultima opciones no se consideraron.

Como resultado, se confirmó que con la inteligencia emocional empresarial y productividad se logra mayores beneficios, pues la alta y media gerencia confirman que a través de su práctica los trabajadores pueden lograr participación con éxito en el mercado laboral lo cual es indispensable para alcanzar ventajas en popularidad tanto comercial como laboral. Así mismo ser más rentable pues se toman decisiones con inteligencia

emocional en pro del beneficio mutuo con objetivo ganar-ganar empresa con trabajador, también ser más competitivo para exigirse más logrando mayor eficiencia laboral, todo lo anterior ayuda a reducir costos de producción, porque a mayor eficiencia menor costo y mayor productividad.

Se indica asimismo que los concesionarios automotrices consideran la teoría de Goleman (2016, p.165) quien expresa “la práctica entre productividad e inteligencia emocional empresarial del trabajador, se puede lograr sistemáticamente participar con éxito en el mercado comercial, reducir costos de producción, ser más rentables y competitivos, lo cual se manifiesta en una mejor calidad de vida laboral”. Una empresa donde los trabajadores no logren entender, fusionar y practicar inteligencia emocional empresarial con productividad eficiente, está en riesgo de sufrir consecuencias laborales y a su vez económicas.

www.bdigital.ula.ve
ETICA TRIBUTARIA

III Parte. Compromisos Éticos Tributarios

La dimensión fue analizada por 10 ítems, los cuales buscaron dar respuesta y significado al tercer objetivo planteado, el cual consistió en Identificar los compromisos éticos tributarios puestos en práctica en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo, cuyos indicadores son: Principios éticos tributarios, elementos éticos tributarios, participación responsable, honestidad y transparencia, por ultimo equilibrio tributario.

Principios éticos tributarios.

Este indicador está constituido por dos ítems los cuales se analizarán por separados. Lo significativo del indicador son las acciones sociales de contribuir por medios de los tributos para un fin común, utilizando como guía

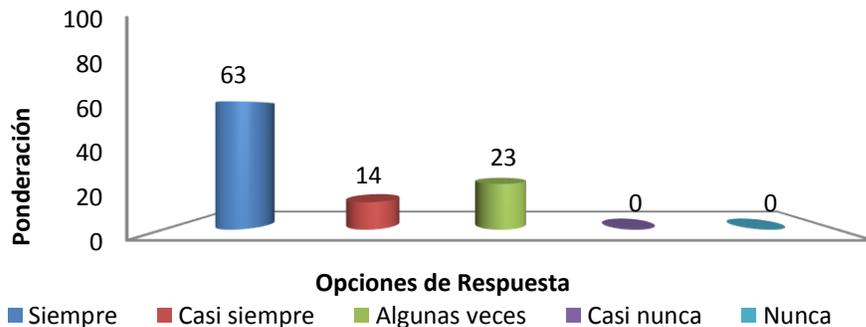
los principios éticos tributarios que son parámetros a seguir para obtener conciencia, solidaridad y responsabilidad moral ciudadana con el fin de lograr bienestar social en general para la población.

Tabla 20. Reconocimiento de los beneficios de principios éticos tributarios.

Ítems	Reconoce que los principios éticos tributarios ayudan al contribuyente a ser más honesto y responsable	Ítem 20	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	14	63
	Casi siempre	3	14
	Algunas veces	5	23
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 20. Reconocimiento de los beneficios de principios éticos tributarios.



Fuente: Datos tomados de la tabla 20.

Los resultados arrojados en la tabla y gráfico anterior, permiten conocer si los principios éticos tributarios ayudan al contribuyente a ser más honesto y responsable, con respecto el 64% de los entes informantes reconocen que siempre, un 14% casi siempre, 23% algunas veces, casi nunca y nunca no fueron seleccionadas.

Como resultado del ítem 20 se reconoce que la pregunta es positiva, pero al igual hay un porcentaje significativo del 23% indicando que solo algunas veces los principios éticos tributarios ayudan al contribuyente a ser más honesto y responsable, por ende los gerentes en los concesionarios ponen en duda ante ciertas circunstancias o hechos el efecto positivo que puede tener los principios, reconociendo dicho porcentaje como contradicción con lo expuestos por Álvarez y Soto (2014) quienes dicen, las empresas presentan constante cambios, ajustes y variaciones en el ámbito tributario, siendo un factor indispensable reconocer e identificar los principios éticos tributarios para su adecuada aplicación, logrando como fin responsabilidad y honestidad tributaria.

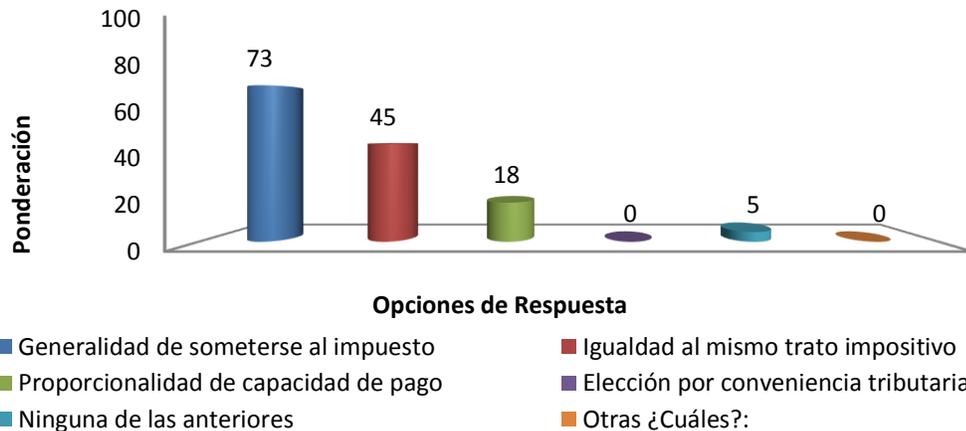
Al no reconocer principios éticos tributarios en los concesionarios, se corre el riesgo de tener un personal capaz de cometer actos ilegales tanto tributarios como económicos, cuyos pueden hacerlo por desconocimiento de dichos principios o por mal intención, poniendo en riesgo la reputación tributaria en las empresas, no se reconocerían ni cumplirían las leyes, reglamentos u otro medio de control interno y externo, lo que conllevaría a desarrollar un grupo laboral deshonesto e irresponsable que puede llegar a ser perjudicial para los concesionarios en todos los aspectos empresariales.

Tabla 21. Práctica de los principios éticos tributarios.

Ítems	¿Cuáles de los siguientes principios éticos tributarios son puestos en práctica por la empresa?	Ítem 21	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Generalidad de someterse al impuesto	16	73
	Igualdad al mismo trato impositivo	10	45
	Proporcionalidad de capacidad de pago	4	18
	Elección por conveniencia tributaria	0	0
	Ninguna de las anteriores	1	5
	Otras ¿Cuáles?:	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 21. Práctica de los principios éticos tributarios.



Fuente: Datos tomados de la tabla 21.

Observando el gráfico anterior referente a la pregunta de selección múltiple del ítem 21 indica que los encuestados consideran que los principios éticos tributarios puestos en práctica en la empresa son: generalidad de someterse al impuesto con un 73% en selección, seguido por igualdad al mismo trato impositivo con 45%, proporcionalidad de igualdad de pago 18%, ninguna de las anteriores 5%, las opciones elección por conveniencia tributaria y otras ¿Cuáles? no fueron tomadas en cuenta por los entes informantes.

Los encuestados según lo anterior confirman la práctica de principios éticos tributarios, principalmente generalidad para cumplir con el impuesto correspondiente, así mismo igualdad hacia trato impositivo para aquellos que se encuentran en las mismas condiciones, también proporcionalidad del impuesto según a las capacidades de pago. Todo esto coincidiendo con las teorías de Herrera y Álvarez (2012, p.22) "el objetivo es regular la distribución interindividual en los impuestos para que resulte satisfactoria desde un punto de vista ético", los impuestos no deben resultar gravosos a individuos, es decir, que se les extraiga lo máximo posible en recaudación,

sino contribuir honesta y justamente según sus capacidades y responsabilidades económicas, pues lo adverso conllevaría apatía y evasión tributaria.

Elementos éticos tributarios.

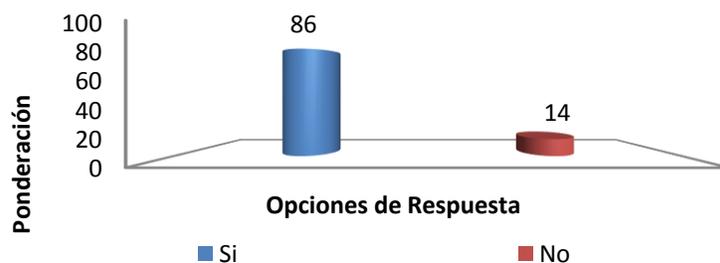
Lo significativo de este indicador radica en los valores, normas y mandatos sociales como un deber ético que corresponde a cada miembro de la organización como reflexión dinámica hacia la conciencia y capacidad en procurar el bien tanto individual como organizacional para una gestión tributaria de calidad, manejando valores éticos como la honradez, buena fe, confianza mutua entre contribuyente y Administración Pública. Al igual que los anteriores este indicador está representado por dos ítems los cuales se analizarán por separados.

Tabla 22. Conocimiento de elementos éticos tributarios.

Ítems	Conoce los elementos éticos tributarios puestos en práctica por la empresa	Ítem 22	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Si	19	86
	No	3	14

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 22. Conocimiento de elementos éticos tributarios.



Fuente: Datos tomados de la tabla 22.

Para este ítem se puede observar que el 86% de encuestados alegan que si conocen los elementos éticos tributarios puestos en práctica por los concesionarios, por el contrario el 14% dicen no conocerlos. Como interpretación de los resultados se puede apreciar que el porcentaje de asertividad es positivo pero no en su totalidad.

Es decir, la mayoría de alta y media gerencia aseguran conocer los elementos éticos tributarios, pero a su vez se refleja un porcentaje bajo pero significativos de entes informantes que aseguran no conocer ninguno, encontrando contradicción con lo mencionado por Ardila (2014), quien reseña que los elementos éticos tributarios en las organizaciones no pueden tratarse como si fueran problemas de optimizar decisiones, por el contrario, es necesario señalarse los valores, normas sociales como un deber ético que corresponde a cada miembro organizacional. Por ende, todos y cada uno de los trabajadores deben conocer y entender los elementos señalados.

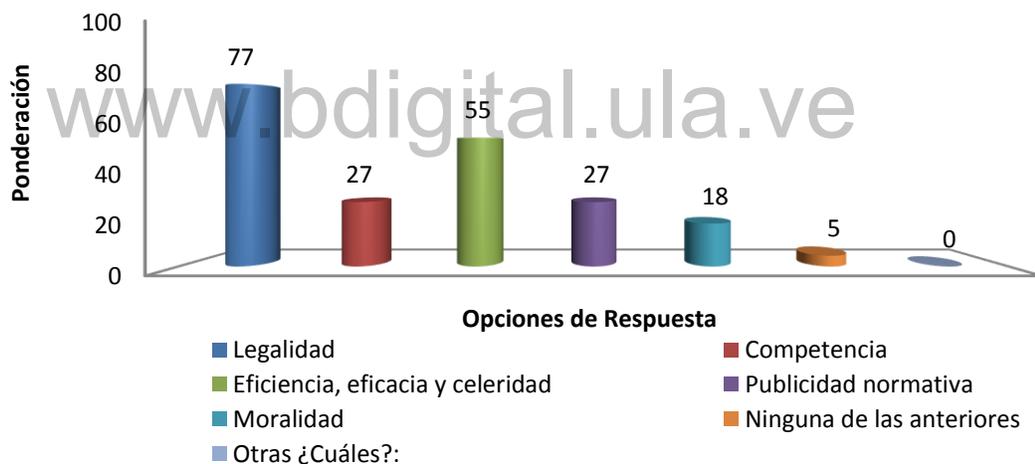
Entendiendo el resultado del ítem, si continua el desconocimiento de los entes informantes sobre los elementos éticos tributarios, puede los concesionarios enfrentarse a menor entendimiento laboral entre organización y ciudadano, ineficiencia organizacional e incluso laboral, poca ética tributaria, mala fe, desconfianza mutua entre contribuyente y Administración Pública, entre otras que a la larga perjudicaría la buena imagen tributaria, económica, laboral y social de los concesionarios.

Tabla 23. Elementos éticos tributarios practicados.

Ítems	Reconoce alguno de los elementos éticos tributarios practicados por la empresa:	Ítem 23	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Legalidad	17	77
	Competencia	6	27
	Eficiencia, eficacia y celeridad	12	55
	Publicidad normativa	6	27
	Moralidad	4	18
	Ninguna de las anteriores	1	5
	Otras ¿Cuáles?:	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 23. Elementos éticos tributarios practicados.



Fuente: Datos tomados de la tabla 23.

En lo que respecta a este ítem, se puede observar que los entes informantes reconocen ciertos elementos éticos tributarios practicados en la empresa, sobresaliendo con un 77% el elemento de legalidad, con 55% eficiencia, eficacia y celeridad, para competencia un 27% al igual que publicidad normativa, seguido de moralidad con un 18% y ninguna de las anteriores el 5%.

Lo anterior confirma la pregunta, pues el personal de alta y media gerencia alegan que existe en los concesionarios elementos éticos tributarios, siendo principalmente sobresaliente la legalidad, así como también eficiencia, eficacia y celeridad, revelando la práctica de elementos éticos tributarios indicados por Herrera y Álvarez (2012) permitiendo contribuir al mejoramiento cultural tributario en general. No obstante ante los resultados es indispensable que el 5% que alega no reconocer ninguno elemento sea informado, pues conllevaría el desconocimiento a posible disyunción entre organización y administración tributaria e ineficiencia organizacional e incluso laboral.

Participación responsable.

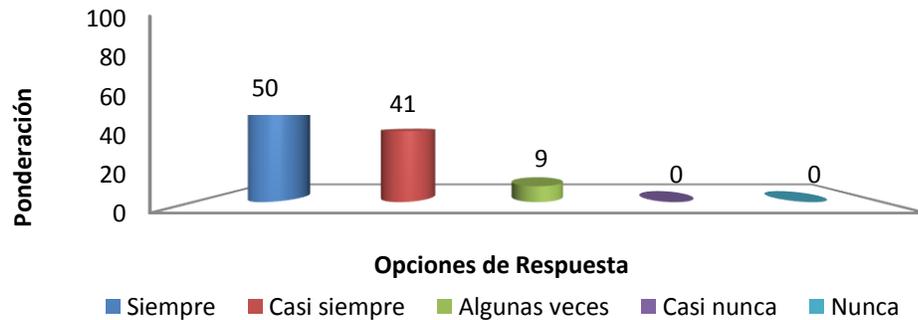
Cabe destacar que lo relevante del indicador el cual se fundamenta en 2 ítems, es el hecho de desarrollar actos con participación ciudadanía en las organizaciones, practicándose diferentes aspectos tributarios donde la participación tiene impacto cuando se actúa con responsabilidad, solidaridad y cooperación hacia la sociedad por medio de contribuciones para beneficios mutuos y generales, satisfaciendo las necesidades sociales y empresariales necesarias.

Tabla 24. Desarrollo de la ética tributaria por medio del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Ítems	Participando responsablemente en la cancelación de las obligaciones tributarias se cultiva la ética de los contribuyentes	Ítem 24	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	11	50
	Casi siempre	9	41
	Algunas veces	2	9
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 24. Desarrollo de la ética tributaria por medio del cumplimiento de las obligaciones tributarias.



Fuente: Datos tomados de la tabla 24.

Al indagar sobre la interrogante si participando responsablemente en la cancelación de las obligaciones tributarias se cultiva la ética de los contribuyentes el 50% de los encuestados confirman que siempre sucede lo dicho, un 41% manifiesta que casi siempre, un 9% algunas veces y las últimas opciones no tuvieron cabida en esta interrogante.

De acuerdo al resultado la mayoría de informantes aseguran que interviniendo responsablemente en la cancelación de las diferentes obligaciones tributarias se cultiva ética en los concesionarios, manifestando similitud con lo expuesto por Herrera y Álvarez (2012) quienes dicen que la sociedad se pueda estancar económicamente cuando no se cultiva ética tributaria por medio de cierta participación responsable tanto del contribuyente como administración pública en el proceso de recaudación tributaria.

Así mismo, tomando en consideración que el 9% de los encuestados alegan contradicción en lo expuesto anteriormente, con opinión que solo algunas veces la participando responsablemente en cancelación de los impuestos, tasas y contribuciones conlleva a cultivar ética de los

contribuyentes, por tanto ese pensar puede llevar a la sociedad a la ruina ética donde se debilita toda participación responsable y conciencia social.

Tabla 25. Imposición de las obligaciones tributarias.

Ítems	La participación responsable en el cumplimiento de las obligaciones tributarias es impuesta	Ítem 25	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Verdadero	16	73
	Falso	6	27

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 25. Imposición de las obligaciones tributarias.



Fuente: Datos tomados de la tabla 25.

Como resultado del ítem 25 se conoce que un 73% de los entes informantes consideran la respuesta verdadera, mientras el 27% falso con respecto a la pregunta sobre si la participación responsable en el cumplimiento de las obligaciones tributarias es impuesta. Cabe destacar, toda imagen que tiene el personal de alta y media gerencia en su mayoría manifiesta que cancelar impuestos es una responsabilidad legal obligatoria e impuesta, necesariamente cumplida para no sufrir una sanción.

Ante tal resultado, es necesario reconocer que muchos contribuyentes se sienten obligados a pagar impuestos para no arrastrar consecuencias legales por parte de la administración tributaria, desvinculando toda relación

entre impuestos y obligación ética tributaria, pues piensan no existe libertad de acción, porque cancelar impuestos es una responsabilidad legal obligatoria, no una responsabilidad ética en contribuir para un fin social general que beneficio a todos como sociedad, entendiendo lo contrario expuesto por Ardila (2014) quien propone que tanto los contribuyentes como los entes recaudadores deben ser ciudadanos y entidades responsables obedeciendo las leyes, ejerciendo todos tus derechos y privilegios democráticamente, participando con conciencia social o ética tributaria más allá de una imposición burocrática.

De continuar pensando el contribuyente que las obligaciones tributarias son cumplidas por imposición más que por responsabilidad ética, dicho puede omite información o incumple obligaciones formales, engañando al Estado, arriesgándose a sufrir posibles sanciones si es descubierto, a su vez creando mala reputación ante el Estado y demás contribuyentes. Especialmente el personal de alta y media gerencia en los concesionarios deben manejar la participación responsable en su totalidad, pues están en posición de liderazgo o autoridad, siendo necesario respetar abiertamente procesos democráticos para no tomar decisiones erróneas que perjudique los valores como justicia y solidaridad empresarial.

Honestidad y transparencia.

Conceptualmente se refiere a las acciones a cumplir tanto los contribuyentes como los entes recaudadores, ambos cumpliendo leyes, reglamentos y diferentes ordenanzas tributarias, por procedimientos que vinculan el pago de impuestos con los beneficios que obtiene la población en las políticas de gasto público, es decir, el contribuyente debe ser honesto y responsable al pagar sus tributos, pero también la administración pública debe garantizar que dichos tributos se inviertan en obras y servicios públicos

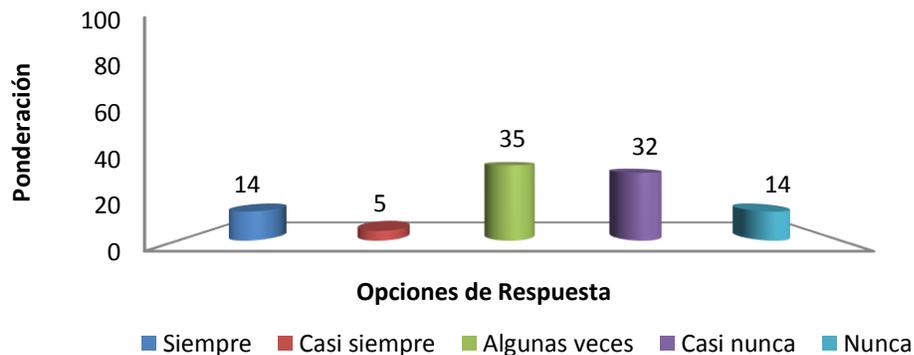
que satisfagan las principales necesidades de la población. Se dará respuesta a este indicador con dos interrogantes.

Tabla 26. Honestidad y transparencia en los procesos de fiscalización de la administración pública.

Ítems	Califica los procesos de fiscalización, recaudación y manejo de los recursos tributarios por parte de la administración pública como honesta y transparente	Ítem 26	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	3	14
	Casi siempre	1	5
	Algunas veces	8	35
	Casi nunca	7	32
	Nunca	3	14

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 26. Honestidad y transparencia en los procesos de fiscalización de la administración pública.



Fuente: Datos tomados de la tabla 26.

El gráfico 26 arrojó que los encuestados piensan en un 35% que solo algunas veces el personal de alta y media gerencia califican todo procesos de fiscalización, recaudación y manejo de recursos tributarios por la administración pública como honesta y transparente, el 32% denota con casi nunca, 14% para las opciones siempre y nunca, por ultimo con 5% casi

siempre. Los resultados son claros, los encuestados desconfían de los procesos que ejecuta la administración pública.

Resulta sorprendente el resultado, pues el nivel de desconfianza hacia la administración tributaria es bastante alta, pues los procesos de fiscalización, recaudación y manejo de recursos tributarios no siempre son claros, desconociendo muchas veces el fin que toma, a su vez no se ven plasmados en óptimos servicios sociales, Por ese motivo no se encuentra similitud con lo expuesto por Bencomo y Correira (2012, p.194) quienes manifiestan que honestidad tributaria “es congruencia entre lo que se encuentra regulado en el ordenamiento jurídico con los actos desarrollados”. Quedando esos actos realizados por la administración pública como insuficientes para la satisfacción y confianza en los contribuyentes.

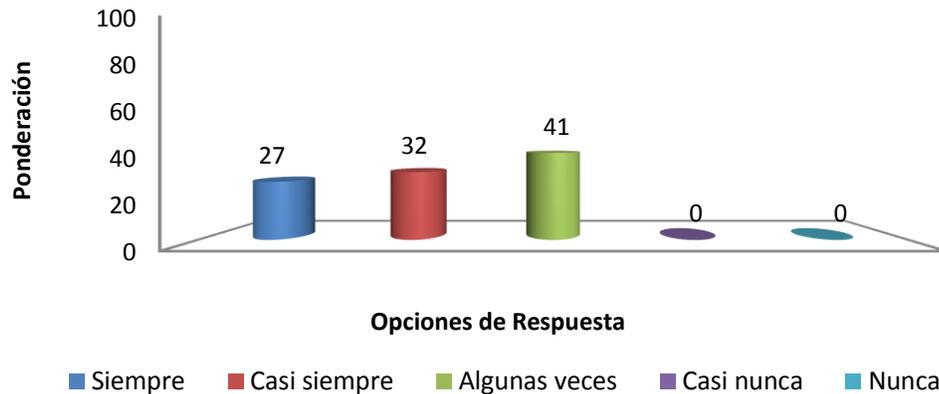
Como consecuencia de dicha desconfianza, los contribuyentes pueden tomar como excusa la percepción negativa que se tiene sobre el Estado, creando un fuerte peso en la voluntad de los mismos para incumplir con los actos tributaria, convirtiéndose en economías fragmentadas y ciudadanía con escasa capacidad participativa, produciéndose un desajuste en el entorno social, lo cual debilita el sentido de honestidad tanto para las empresas como para la población en general.

Tabla 27. Herramientas empresariales para adquirir comportamiento responsable y ético.

Ítems	La empresa dota a los trabajadores de herramientas para adquirir un comportamiento responsable y ético	Ítem 27	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	6	27
	Casi siempre	7	32
	Algunas veces	9	41
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 27. Herramientas empresariales para adquirir comportamiento responsable y ético.



Fuente: Datos tomados de la tabla 27.

Los resultados arrojados el gráfico 27, muestra las opciones que los sujetos encuestados consideran con respecto a si la empresa dota a los trabajadores de herramientas para adquirir un comportamiento responsable y ético, de lo cual se puede deducir que el 41% respondió algunas veces, seguido de 32% casi nunca, un 27% siempre y las demás alternativas no tuvieron cabida alguna.

Analizando las secuelas anteriores se traduce, la mayoría del personal de alta y media gerencia considera hay debilidad en cuanto al desarrollo de herramientas para adquirir y reflejar comportamientos acorde tanto con las leyes como con la moral y ética profesional, existiendo discrepancia con la teoría expuesta por Herrera y Álvarez (2012) quienes señalan que toda tarea para los empresarios es proporcionar a todos sus trabajadores herramientas para adquirir el comportamiento tanto responsable como ético con lo cual se fomentarían relaciones económicas, legales, honestas, transparentes e irrevocable.

Lo anterior indica que por la debilidad de este indicador en los concesionarios puede darse los casos de incumplimiento, delitos e

infracciones en materia tributaria viéndose dañados sus propios derechos y argumentos legales, lo que a corto plazo puede convertirse en un aspecto negativo para la imagen obteniendo pérdidas económica y a largo plazo hasta cierres de la empresa en general.

Equilibrio tributario.

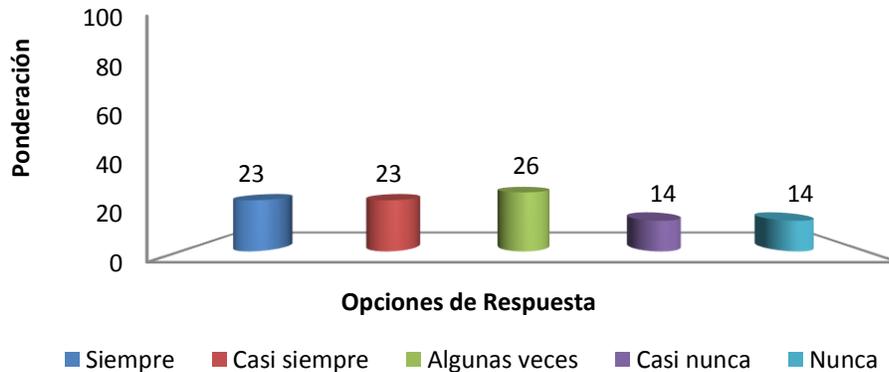
Para obtener equilibrio tributario el Estado y contribuyente deben seguir una serie de procedimientos vinculado con manejo adecuado de toda contribución, gasto públicos y presupuestos fiscales, pues un déficit o superávit fiscal se juzga dependiendo de las políticas tributarias aplicadas que el gobierno diseña y efectúa con los diferentes lineamientos que determinan el crecimiento económico. Este indicador está representado por dos ítems los cuales se analizarán por separados.

Tabla 28. Nivel de vínculo entre equilibrio tributario y gastos públicos.

<i>Ítems</i>	El equilibrio tributario está vinculado con el manejo adecuado de los gastos Públicos	Ítem 28	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	5	23
	Casi siempre	5	23
	Algunas veces	6	26
	Casi nunca	3	14
	Nunca	3	14

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 28. Nivel de vínculo entre equilibrio tributario y gastos públicos.



Fuente: Datos tomados de la tabla 28.

Analizando la información presentada en la tabla 28 se observa, el 26% de los encuestados consideran que el equilibrio tributario casi siempre está vinculado con un manejo adecuado de los gastos Públicos, mientras que 23% consideran las opciones siempre y casi siempre, seguido del 14% para casi nunca y mismo porcentaje para nunca. Esto Significa que el personal de alta y media gerencia medianamente vinculan equilibrio tributario con manejo apropiado de los gastos públicos.

Ante el resultado anterior se puede observar deficiencia en opiniones con relación al equilibrio tributario, pues según Herrera y Álvarez (2012) es importante un equilibrio razonable entre concesión de poderes a la administración tributaria y el respeto a derechos y garantías a los contribuyentes, mediante implantación de límites a esos poderes. Tal razón permite pensar que de no existir dicho equilibrio el organismo encargado de gestionar la administración tributaria no cumplirá con sus objetivos el cual es satisfacer necesidades tanto individuales como colectivas, causando a su vez que las empresas tengan poca participación activa, honesta e interactiva en los procesos tributarios aumentando la evasión tributaria.

Tabla 29. Opiniones de los contribuyentes.

Ítems	Se debería otorgar el derecho a los contribuyentes de opinar autorizadamente acerca de cómo son gastados y/o invertidos los impuestos recaudados	Ítem 29	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Si	22	100
	No	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 29. Opiniones de los contribuyentes.



Fuente: Datos tomados de la tabla 29.

Evidenciando se observa en este ítem que 100% del personal de alta y media gerencia en los concesionarios automotrices señalan que es necesario otorgar derecho a los contribuyentes para opinar autorizadamente sobre cómo son gastados y/o invertidos todo impuesto recaudado. Adicionalmente se preguntó el ¿porqué? de las alternativas, obteniendo respuestas como: Mayor confianza hacia el Estado, para opinar sobre el fin de los recursos, dar cuenta y ver resultados, mayor eficiencia tributaria del Estado, el contribuyente expondría los problemas en los que se debería invertir todo impuesto, aportando además las estrategias para hacerlo eficientemente.

Tal resultado confirma lo dicho por Ardila (2014, p. 84) quien expresa que otorgando derecho para opinar autorizadamente a los contribuyentes sobre la inversión de sus impuestos recaudados permitiría más comunicación entre

empresas y administración tributaria, donde ambos podrían debatir sobre los beneficios y costes de crear un entorno global competitivo. No siendo este el caso para la administración tributaria en nuestro país, pues el sistema de recaudación, administración y distribución está enteramente bajo la responsabilidad de autoridades del poder tributario del fisco o Hacienda Pública Nacional.

Aunque sabiendo que el derecho de administración y distribución de los recursos públicos corresponden únicamente a la Hacienda Pública, el no tomar en cuenta opiniones autorizada de los contribuyentes sobre la inversión de los impuestos recaudados causa mala comunicación entre las empresas y la administración tributaria, por tanto poco entendimiento, desconfianza y defraudación o evasión tributaria.

IV Parte. Conciencia Tributaria

Para el estudio de esta dimensión se utilizó 8 ítems, los cuales buscaron dar respuesta al cuarto objetivo planteado, el cual describir la conciencia tributaria existente en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo, cuyos indicadores a analizar son: Naturaleza social, política, jurídica y económica.

Naturaleza social.

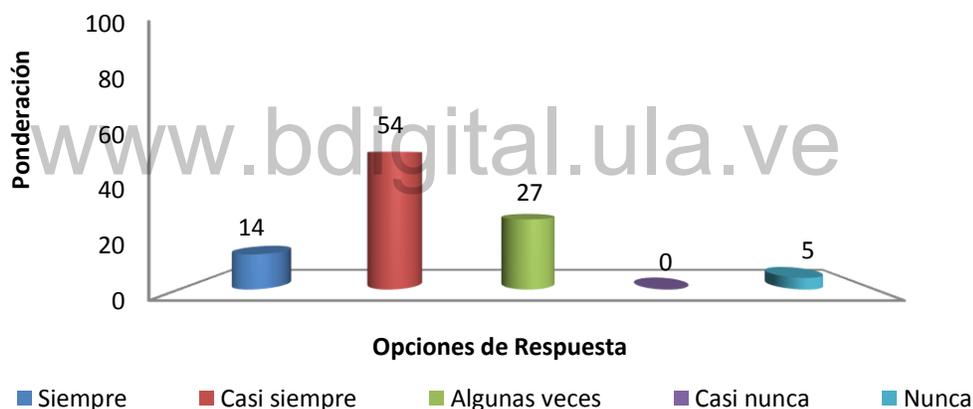
Se define este indicador como la conducta legítima del individuo orientada a conseguir su realización plena, contribuyendo en la construcción social justa para el bien común, en conjunto con las necesidades en los diferentes grupos sociales, así como del cumplimiento transparente a través del ejercicio tributario puntual y correcto”. El significado en la investigación de este indicador será estudiado por dos ítems de manera individual.

Tabla 30. Desarrollo del ejercicio tributario para construir una sociedad equitativa.

Ítems	Se construye una sociedad más equitativa a través del desarrollo del ejercicio tributario puntual	Ítem 30	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	3	14
	Casi siempre	12	55
	Algunas veces	6	27
	Casi nunca	0	0
	Nunca	1	5

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 30. Desarrollo del ejercicio tributario para construir una sociedad equitativa.



Fuente: Datos tomados de la tabla 30.

Los hallazgos encontrados en este ítem reflejado en la tabla y gráfico 30, demuestra que el 54% de los informantes consideran que casi siempre se puede construir una sociedad más equitativa a través del desarrollo del ejercicio tributario puntual, seguido por el 27% considerando que solo algunas veces se da el caso, 14% siempre y 5% casi nunca.

Antes los datos anteriores, se puede notar que los informantes medianamente consideran que el desarrollo del ejercicio tributario puntual ayuda a construir y consolidar una sociedad más equitativa, por ende no hay

total similitud con la teoría de Alva (2014, p.56) que señala “para contribuir en la construcción social equitativa y justa, es necesario el cumplimiento total del ejercicio tributario puntual y correcto”, esto tanto de los contribuyentes como la administración tributaria.

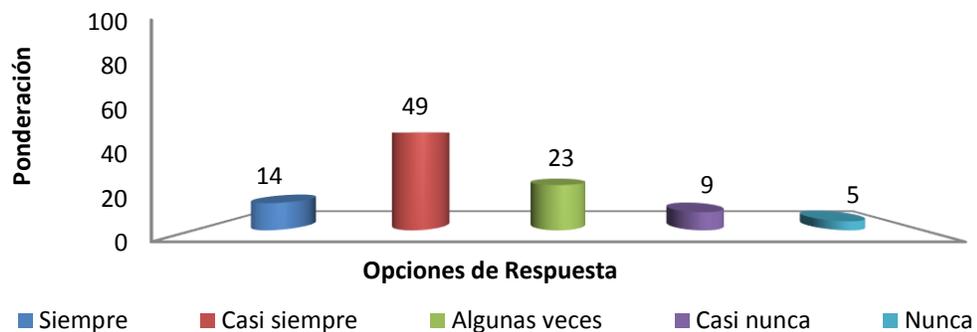
Lo anterior nos da como resultado que de seguir pensando los informantes que no siempre al desarrollar el ejercicio puntual y correcto de los tributos se garantiza la construcción social efectiva para toda la sociedad, acarrearía falta de compromiso social para realizar actividades voluntarias, poca solidaridad y falta de conciencia para contribuir al gasto público.

Tabla 31. La comunicación como impulso de bienestar social.

Ítems	La comunicación entre contribuyente y Estado garantiza el bienestar social en general.	Ítem 31	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	3	14
	Casi siempre	11	50
	Algunas veces	5	23
	Casi nunca	2	9
	Nunca	1	5

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 31. La comunicación como impulso de bienestar social.



Fuente: Datos tomados de la tabla 31.

Con respecto a las opiniones expresadas por los entes informantes plasmadas y tabuladas en la tabla y gráfico 31, se puede determinar que un 49% respondió que casi siempre la comunicación entre contribuyente y Estado garantiza el bienestar social en general, un 23% opina que siempre, seguido por 9% para casi nunca.

Por lo tanto, estos datos muestran que el personal de alta y media gerencia de los concesionarios consideran que la comunicación en ciertas ocasiones entre contribuyente y Estado no garantiza el bienestar social para todos, es decir, no se toma a cabalidad lo expresado por Álvarez y soto (2014) quienes señalan, para cumplir las obligaciones de proveer bienestar social es necesario el apoyo financiero garantizado por la misma, siempre que exista comunicación entre los contribuyentes y el Estado.

Se puede evidenciar que dichos resultados pueden conducir a incumplimientos de las obligaciones tributarias por desconocimiento de las regulaciones y leyes que establece el Estado, pues muchas veces esto sucede por la desconfianza hacia el órgano recaudador, cultivándose poca ética tributaria que a largo tiempo puede acarrear consecuencias de sanciones económicas y cierre parcial del establecimiento.

Naturaleza política.

Es la conciencia política en el área tributaria, una manifestación del ejercicio responsable tanto de las empresas como contribuyentes en general, el cual se instaura en el convencimiento del deber en contribuir con el financiamiento del Estado con estricto cumplimiento legal. Para analizar este indicador se usara dos ítems.

Tabla 32. Principios, valores y estrategias para mejorar los procedimientos tributarios.

Ítems	Cuenta la empresa con principios, valores y estrategias para mejorar los procedimientos en materia tributaria.	Ítem 32	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Si	22	100
	No	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 32. Principios, valores y estrategias para mejorar los procedimientos tributarios.



Fuente: Datos tomados de la tabla 32.

Según resultados obtenidos, el ítem 32 muestra 100% de selección, respondiendo afirmativamente que los concesionarios cuentan con principios, valores y estrategias para mejorar procedimientos tributarios. Por tal razón hay coherencia con lo expuesto por Vega (2015, P. 53) alega que la conciencia tributaria de naturaleza política “consiste en implementar principios, reglas y estrategias que crean las empresas para regir la ejecución de destreza tributarias”. Logrando con lo anterior ser estructuras más seguras en aspectos económicos y sociales. Lo contrario causaría

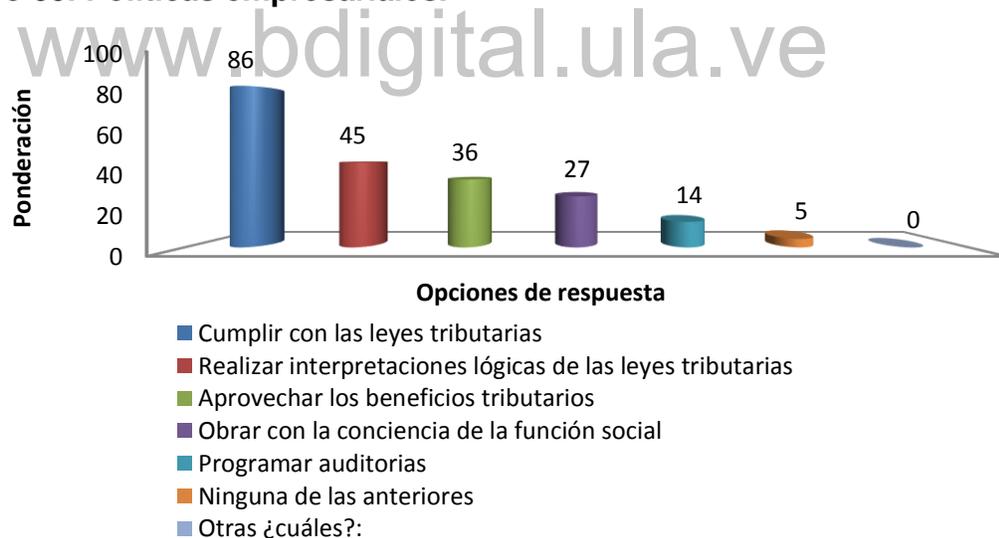
incumplimiento del código de conducta empresarial, ineficiencia en la recaudación tributaria, maximizándose los riesgos legales.

Tabla 33. Políticas empresariales.

Ítems	¿Cuáles de las siguientes políticas son puestas en práctica por la empresa?:	Ítem 33	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Cumplir con las leyes tributarias	19	86
	Realizar interpretaciones lógicas de las leyes tributarias	10	45
	Aprovechar los beneficios tributarios	8	36
	Obrar con la conciencia de la función social	6	27
	Programar auditorias	3	14
	Ninguna de las anteriores	1	5
	Otras ¿Cuáles?:	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 33. Políticas empresariales.



Fuente: Datos tomados de la tabla 33.

Las opiniones expresadas por los encuestados en lo que se refiere a ítem 33 donde se interroga cuáles políticas son puestas en práctica por la empresa, se responde mayormente con un 86% la política de cumplir leyes

tributarias, un 45% realizar interpretaciones lógicas de las leyes tributarias, con 36% aprovechar los beneficios tributarios, 27% para obrar con la conciencia de la función social, 14% en programar auditorias y un 5% ninguna de las anteriores.

Observando la gráfica se hace fácil determinar que efectivamente los concesionarios implementan políticas en cuanto a conciencia tributaria, por lo cual son utilizadas las políticas definidas por Timaná y Paza (2014), las cuales permiten cumplimiento consiente de las leyes, análisis, planificación, creación, ejecución y seguimiento de estrategias empresariales para mejorar el cumplimiento adecuado de regulaciones así como también procedimientos en general.

Naturaleza jurídica.

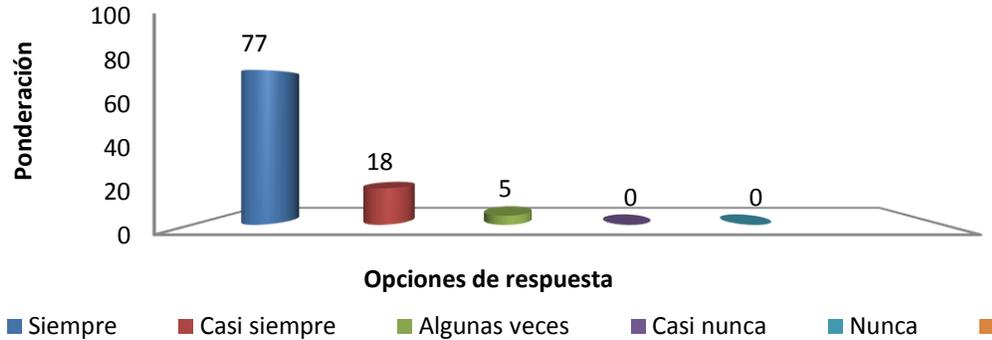
Consiste en manejar las reglas que presiden procedimientos mediante los cuales se liquidan y pagan impuestos por sujetos pasivos y mecanismos de control que ejerce la administración pública, atribuyendo una amplia gama en obligaciones formales, adicionales a la obligación sustancial de pagar el tributo que van de mano con los valores éticos tributarios. Este indicador está constituido por dos ítems.

Tabla 34. Nivel de conciencia tributaria.

Ítems	Para aumentar la conciencia tributaria en el ámbito jurídico es necesario conocer las leyes y reglamentos que regulan los procedimientos de declaración y pago de impuestos	Ítem 34	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	17	77
	Casi siempre	4	18
	Algunas veces	1	5
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 34. Nivel de conciencia tributaria.



Fuente: Datos tomados de la tabla 34.

Se demuestra con los datos arrojados por el ítem 34, en su mayoría el 77% de los encuestados consideran siempre necesario para aumentar la conciencia tributaria en el ámbito jurídico conocer las leyes y reglamentos que regulan los procedimientos de declaración y pago de impuestos, adicionalmente un 18% alega que casi siempre sucede lo expuesto y un porcentaje mínimo del 5% señala que algunas veces.

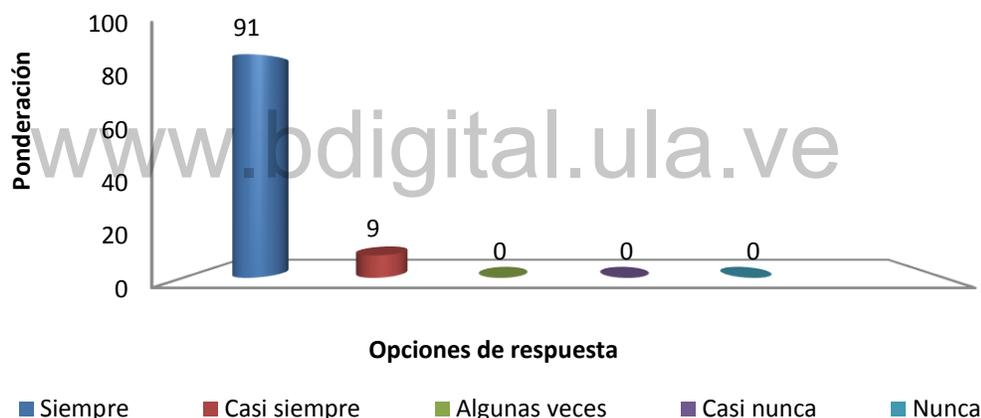
Según los resultados, se determina que el personal encuestado tiene un concepto definido sobre la importancia de conocer las diferentes leyes con el objetivo de aumentar y mantener la conciencia tributaria en los concesionarios, sabiendo lo anterior es trascendente identificar que existe un porcentaje bajo pero significativo que no piensa lo anterior, siendo importante controlar ese aspecto, pues lo contrario produciría debilidad para controlar este indicador ante diferentes circunstancias relacionadas con la declaración y pago de impuestos.

Tabla 35. Realización de actividades económicas bajo el cumplimiento de normas jurídicas.

Ítems	Realiza la empresa sus actividades económicas bajo el cumplimiento de las normas jurídicas	Ítem 35	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Siempre	20	91
	Casi siempre	2	9
	Algunas veces	0	0
	Casi nunca	0	0
	Nunca	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 35. Realización de actividades económicas bajo el cumplimiento de normas jurídicas.



Fuente: Datos tomados de la tabla 35.

El gráfico 35 arrojó que el 91% de los encuestados manifiestan que siempre realiza la empresa sus actividades económicas bajo el cumplimiento de las normas jurídicas y el 9% considera que casi siempre, las demás alternativas no fueron tomadas en cuenta.

Significando esto que los concesionarios automotrices cumplen todos los requerimientos jurídicos basados en conciencia tributaria al realizar los actos económicos empresariales, existiendo similitud con la teoría de Herrera y Álvarez (2012) señalan que la importancia en entender la composición de

las empresas no sólo radica en conocer a sus empresarios, trabajadores y proceso productivo, sino también las normas, leyes y procedimientos de control. Con el objetivo de señalar los diferentes actos y procedimientos a cumplir en el ámbito tributario.

Naturaleza Económica.

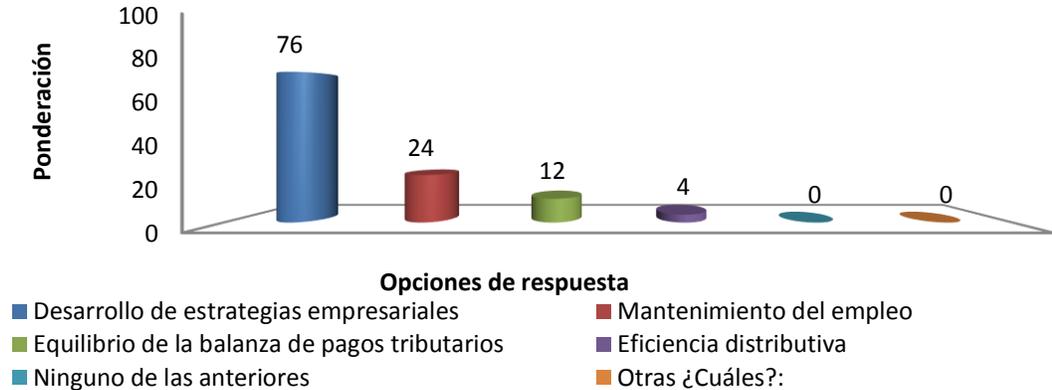
Este indicador es utilizado para mover la curva de demanda en dirección que se necesite para alcanzar el pleno desarrollo empresarial, regulando el Estado las políticas tributarias para dirigir hacia el acondicionamiento económica evitando que ocurran fluctuaciones en los niveles de productividad y precios. Este último indicador se analizara por medio de dos ítems.

Tabla 36. Objetivos para alcanzar conciencia económica.

Ítems	Los objetivos de la empresa para alcanzar la conciencia económica están relacionada con:	Ítem 36	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Desarrollo de estrategias empresariales	19	76
	Mantenimiento del empleo	6	24
	Equilibrio de la balanza de pagos tributarios	3	12
	Eficiencia distributiva	1	4
	Ninguna de las anteriores	0	0
	Otras ¿Cuáles?:	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 36. Objetivos para alcanzar conciencia económica.



Fuente: Datos tomados de la tabla 36.

Analizando los resultados reflejados en la tabla y gráfico 36 se puede observar, el 76% de los entes informantes consideran que los objetivos empresariales para alcanzar la conciencia económica están relacionada con el desarrollo de estrategias empresariales, mientras el 24% opina que dicha relación se da por el mantenimiento del empleo, seguido con el 12% que manifiesta es para obtener equilibrio en la balanza de pagos tributarios, por ultimo con 4% para alcanzar eficiencia distributiva.

Como resultado se conoce que la alta y media gerencia reconocen que los concesionarios siguen una serie de objetivos para obtener conciencia económica, por lo cual se aplica la teoría de Chandler y Alaña (2015) quienes determinan que los principales objetivos a alcanzar, deben estar interrelacionados y cuantificados para el desarrollo económico con estrategias empresariales destinadas al fortalecimiento, crecimiento económico, social y estructural de las empresas bajo un concepto de conciencia tributaria.

Tabla 37. Logro de objetivos económicos empresariales.

Ítems	Para lograr los objetivos económicos en la empresa es necesario implementar:	Ítem 37	
		F.A.	F.R. %
Alternativas de respuesta	Políticas monetaria con control por parte del gobierno	2	9
	Políticas fiscales de ingresos y ganancias	11	50
	Ninguna de las anteriores	9	41
	Otras ¿Cuáles?:	0	0

Fuente: Datos tomados del instrumento aplicado por la autora (2018)

Gráfico 37. Logro de objetivos económicos empresariales.



Fuente: Datos tomados de la tabla 37.

Se puede observar que para lograr los objetivos económicos en los concesionarios es necesario implementar según el 50% del personal de alta y media gerencia políticas fiscales de ingresos y ganancias, el 41% opina que ninguna de las alternativas nombradas y 9% Políticas monetaria con control por parte del gobierno. Como resultado, es evidente que existe un porcentaje alto de informantes que no toman en cuenta las estrategias nombradas para lograr objetivos económicos rentables para los concesionarios, causando el desaprovechamiento de dichas estrategias

posibles consecuencias como inestabilidad en el valor del dinero, pagos adversos, niveles de desempleo altos y poca liquidez económica.

Una vez analizados los datos y obtenido los resultados, se pudo constatar que existen debilidades en ciertos indicadores tanto de inteligencia emocional empresarial como de ética tributaria, por tanto es indispensable para esta investigación formular lineamientos teóricos que ayuden a corregir dichas debilidades en el personal de alta y media gerencia, por tanto el quinto objetivo consiste en:

Generar lineamientos teóricos basados en la inteligencia emocional empresarial para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo.

Inteligencia emocional empresarial

Áreas de aplicación

Toda empresa debe contar con un personal conocedor del tema de Inteligencia emocional empresarial, especialmente la alta y media gerencia, pues son quienes direccionan y administran todos los procesos, los cuales deben estar capacitados tanto en aspectos empresariales teóricos y prácticos como en el manejo eficiente de las aptitudes o emociones para garantizar autocontrol en situaciones de estrés pudiendo influir positivamente sobre los trabajadores.

Para identificar las áreas aplicables de la inteligencia emocional empresarial en los concesionarios es necesario que los grupos de trabajo distingan las debilidades que causan vacíos en aspectos necesarios para el correcto funcionamiento de los procedimientos empresariales, para luego controlarlos y transformarlos en efectivo desempeño del recurso humano.

El personal de alta y media gerencia para aportar eficiencia organizacional debe poseer pericia emocional e inteligencia, capacidad para resolver problemas según el tipo de área, saber escuchar, saber comunicar adecuadamente lo que piensa, ser capaz de persuadir con una recomendación, capacidad para saber relacionarse, conocerse a sí mismo para no cometer mismos errores, habilidad para ver las cosas desde diferentes perspectivas e irradiar confianza.

El manejo adecuado de conflictos empresariales es un indicador importante de manejar con inteligencia emocional ya que garantiza niveles tolerables de conflictividad y un tiempo corto para la solución efectiva ayudando a definir las acciones o actos para manejar con diplomacia y tacto cualquier diferencia laboral o personal en los concesionarios.

Los concesionarios deben tener trabajadores preparados para adaptarse rápida y eficientemente a cambios en diferentes ámbitos, los cuales deben saber reconocer y retirar los obstáculos, innovar constantemente, reclutar a otros para que sirvan de modelo para el cambio, poseer pericia técnica, seguridad en sí mismo, alto grado de influencia, motivación, optimismo e iniciativa, habilidad de comprender el impacto emocional del cambio, todo esto con el objetivo de evolucionar y mejorar procesos empresariales.

Las empresas constantemente realizan diferentes tipos de negociaciones, cuyas llevan una gran carga emocional que deben manejarse con inteligencia emocional, ya que cuando se reconocen aptitudes y desarrolla la capacidad para entender los sentimientos se logra aclarar las emociones, tomándose decisiones con claridad, sin dejar que las emociones incluyan negativamente.

Ventajas

Dentro de la estructura empresarial es necesario que tanto los concesionarios, empleados y clientes manejen el tema de inteligencia emocional, pues brinda una herramienta de mucha ventaja que ayuda a obtener autocontrol en la relación entre el Estado como autoridad que rige los actos legales en el país y las empresas, experimentando mayor compromiso, evitando baja productividad, menos ventas y mal entendimiento en la relación jurídica tributaria.

El personal de los concesionarios debe conocer los beneficios de cumplir modelos con inteligencia emocional empresarial, cuyos permiten crear líderes internos, aumentar autoestima del grupo laboral, rápida adaptabilidad a cambios internos y externos, mejor manejo de las relaciones interpersonales y cumplir con claridad los objetivos empresariales.

Para un adecuado desempeño de inteligencia emocional empresarial el personal de alta y media gerencia debe garantizar a todos los trabajadores la oportunidad de explotar al máximo su creatividad, ideas y capacidades profesionales por medio del adiestramiento profesional y técnico, con lo cual se lograría mayor productividad para ambas partes.

Ética tributaria

Compromisos éticos

Es necesario que los equipos de trabajo tengan conocimientos teóricos y prácticos sobre los compromisos éticos tributarios, pues dicho permitiría lograr un clima organizacional de confianza entre el Estado y contribuyente, lo que ayudaría a tomar decisiones correctas, obtener éxito empresarial y fidelidad de los clientes.

Para cumplir con compromisos éticos los concesionarios por medio de sus trabajadores deben tener rasgos distintivos, intelectuales y moralistas, donde además de respetarse los procesos empresariales por aspectos legales, deben ser motivados por sistemas de valores, donde exista confianza hacia la administración pública, para la cual el Estado debe garantizar que los ingresos obtenidos por impuestos, tasas y contribuciones se distribuyan correctamente en servicios que ayuden a proporcionar mejor calidad de vida.

Para que los concesionarios gocen alto nivel de compromiso tributaria es necesario que sus gerentes y administradores tengan presente que el pago de contribuciones tributarias debe ir más allá del cumplimiento de las leyes y reglamentos, en decir, donde el objetivo sea el sostenimiento responsable y retribuirle hacia la sociedad.

Conciencia tributaria

Es importante para obtener conciencia tributaria en los concesionarios transformar los procesos obligatorios en tareas espontaneas, para ello es necesario desarrollar un equipo responsable tanto por parte de la empresa como por el Estado, que evalúen las diferentes funciones para respetar el tributo fijados por las leyes y cumplirlo de manera voluntaria.

La conciencia tributaria debe ser obtenida y desarrollada con planificación tributaria para prever el pago de los impuestos puntuales, con un equipo empresarial altamente calificado, responsable de sus funciones para realizar efectivamente los procedimientos empresariales necesarios, además que gocen de conductas y razonamiento intachables, que exista comunicación grupal para regular adecuadamente la interrelación entre empresa y Estado.

Puede ampliar el personal de alta y media gerencia la conciencia social por la influencia de personas cercanas, pues si los contribuyentes creen que en mayoría los miembros de la sociedad cumplen con las leyes voluntariamente entonces existirá motivación para también cumplir con las deferentes obligaciones tributarias sociales.

Para lograr conciencia tributaria económica es necesario conocer los principios, teorías, leyes y modelos económicos que junto con el desarrollo de estrategias empresariales destinadas al fortalecimiento y crecimiento social ayuda a obtener estabilidad económica, logrando eficiencia distributiva de manera justa para alcanzar el pleno empleo y ganar liquidez monetaria plena.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Posterior al análisis y discusión de los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento o cuestionario aplicado con la finalidad de analizar la inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo, se llegaron a una serie de conclusiones en relación a los objetivos específicos planteados para la investigación, las cuales se describen a continuación.

Con respecto al primer objetivo, Precisar las áreas de implementación de la inteligencia emocional empresarial presentes en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo. Se pudo reconocer por medio de la investigación que las empresas aplican en ciertas áreas la inteligencia emocional empresarial, sin embargo hace falta mayor planificación e interés para lograr que todo trabajador identifique y domine totalmente las áreas, permitiendo gestionar con mayor eficiencia sus tareas e identificar zonas débiles para controlarlas, al igual los procesos, actitudes y hasta vacíos para transformarlos en actos adecuados para el buen funcionamiento empresarial, pero hasta ahora no se identifican claramente dejando ver una debilidad en los concesionarios automotrices.

En conexión a lo antes expuesto, una área que se pone en manifiesto como un acto de inteligencia emocional empresarial es el manejo de conflictos, cuya capacidad es conocida en los concesionarios pero los entes informantes alegan que con poca profundidad, pues según resultados carecen capacidad para controlar conflictos, lo cual es una tarea pendiente por maximizar y gestionar por la alta y media gerencia a todos los

trabajadores, desde el nivel laboral más alto al más bajo, al no poder controlar esta área se corre el riesgo de no saber actuar ante situaciones tensas, no tener definido cuales son las acciones o actos para manejar con diplomacia y tacto cualquier diferencia laboral o personal.

Por otro lado, el área adaptación a cambios es un indicador que tiene alto nivel de manejo en los concesionarios, sin embargo no todo el personal considera que cuanto más conocimientos se tenga sobre inteligencia emocional menos conflictos surgirá en sus puestos laborales por falta de adaptación a los cambios internos o externos, no tomando la variable inteligencia emocional empresarial como una doctrina para ayudar al entendimiento razonable y consiente en los diferentes cambios. Otra área analizada es la toma de decisiones cuyo resultado deja ver que el personal de alta y media gerencia poseen un nivel alto en este indicador, sin embargo no consideran viable tomar decisiones utilizando la inteligencia emocional pues no siempre mejoran las funciones empresariales.

Resulta asimismo interesante conocer que los concesionarios manejan negociaciones como parte de sus actividades cotidianas, pero los entes informante alegan no siempre utilizar inteligencia emocional empresarial para negociar, pues desconocen que las negociaciones llevan una gran carga emocional que al no saber manejar con inteligencia emocional se puede convertir en conflictos de actitudes, pudiendo causar a largo tiempo tomar decisiones negativas al momento de negociar. El trabajo en equipo es la última área investigada, cuyos resultados muestran efectivamente que los concesionarios automotrices desarrollan y promueven el trabajo en equipo dentro de su estructura laboral, logrando como resultado mayor productividad empresarial.

En líneas generales, se pudo conocer que los concesionarios automotrices del municipio Valera reconocen las áreas de implementación pero no son suficientemente controladas por el personal de alta y media

gerencia como para verlas en su totalidad como actos donde se aplica la inteligencia emocional empresarial, es decir, el área más empleada y dominada es el trabajo en equipo mientras que las demás son reconocidas pero es necesario mayor dominio en cuanto a su ejecución eficiente por medio de la inteligencia emocional para obtener mejores resultados laborales y organizacionales en general.

Sobre el segundo objetivo específico, conocer las ventajas de aplicar la inteligencia emocional empresarial en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo, se obtuvo que los entes informantes reconocen y manejan ciertas ventajas pero no del todo, no siempre saben determinarlas pues existe comunicación eficaz entre los trabajadores lográndose un clima organizacional más óptimo lo que a la vez produce recursos humanos satisfechos y responsables, pero es necesario reconocer que existe algunos aspectos débiles en esta dimensión, pues los concesionarios no garantizan a todos sus trabajadores la oportunidad de explotar sus habilidades y creatividad al máximo, además de baja capacitación profesional y técnicas para ejercer sus cargos, en pocas palabras medianamente se aplican las ventajas mencionadas.

Según lo anterior, las ventajas que emplea el personal de alta y media gerencia en los concesionarios y que se obtiene con eficiencia por medio de la inteligencia emocional es la comunicación eficaz, siendo vital relacionarse e interpretar tanto las operacionales laborales como el carácter o emoción aplicado en el mismo, igual caso para el clima organizacional, donde se ha buscado dar importancia al desarrollo de la inteligencia emocional empresarial para crear ambientes laborales óptimos que permitan mayor rendimiento profesional y personal en todas las áreas empresariales.

Al igual, los concesionarios cuentan con altos niveles de responsabilidad laboral, porque brindan entornos apropiados, cómodos y beneficios mutuos, pero es necesario reconocer que no siempre garantizan a

sus trabajadores la oportunidad para explorar y exteriorizar sus habilidades laborales, mostrar su creatividad, ser escuchas sus ideas e interpretaciones en todo momento, además recibir poca capacitación profesional para ejercer los cargos con eficacia obteniendo como resultado poca productividad empresarial.

En conclusión, las ventajas que se pueden desarrollar en los concesionarios automotrices al aplicar la inteligencia emocional empresarial no son aprovechadas al máximo pues solo se aplican las que por políticas empresariales son necesarias para el desenvolvimiento adecuado, dejando a un lado las bondades de las misma al ser aplicadas en general, pudiendo causar como consecuencia elevados niveles de agotamiento del trabajador, bajo rendimiento, baja productividad y pocas ventas.

Sobre el análisis del tercer objetivo referente a identificar los compromisos éticos tributarios puestos en práctica en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo se obtuvo como resultado que el personal de alta y media gerencia manifiesta conocer y aplicar compromisos éticos tributarios lo cuales ayuda a obtener responsabilidad moral para contribuir a un fin común, pero es importante resaltar que existe ciertas debilidades en algunos compromisos en especial la participación por parte de la administración tributaria ya que el nivel de desconfianza de los contribuyentes es alto.

Se indica en relación al objetivo tratado que uno de los compromisos identificados son los principios éticos tributarios donde los gerentes alegan practicarlos, especialmente la generalidad para cumplir con el impuesto correspondiente, igualdad hacia trato impositivo, proporcionalidad del impuesto según las capacidades de pago, pero a la vez manifiestan que no siempre dichos principios ayudan al contribuyente a ser más honesto y responsable, pues se pone en duda el efecto positivo hacia los concesionarios. Se practican también elementos éticos tributarios como la

legalidad, eficiencia, eficacia y celeridad que ayudan a obtener conciencia y capacidad en procurar el bien tanto individual como organizacional.

Así mismo, se identifica el compromiso relacionado a la participación responsable por parte del contribuyente y administración tributaria, al cual se puede decir que según el resultado la mayoría de informantes aseguran que interviniendo responsablemente en la cancelación de las diferentes obligaciones tributarias se cultiva ética en los concesionarios, aun así los contribuyentes sienten obligación en pagar impuestos para no arrastrar consecuencias legales, desvinculando toda relación entre impuestos y obligación ética tributaria, pensando no existe libertad de acción, pues cancelar impuestos es una responsabilidad legal obligatoria, no un compromiso ética en contribuir para un fin social general.

Al igual, la honestidad y transparencia es otro compromiso ético tributario utilizado, conociendo que el nivel de desconfianza hacia la administración tributaria es bastante alta, porque los procesos de fiscalización, recaudación y manejo de recursos tributarios no siempre son claros, desconociendo muchas veces el fin que toma, también hay debilidad en cuanto al desarrollo de herramientas para reflejar comportamientos acorde tanto con las leyes como con la ética profesional

En cuanto al último compromiso, medianamente vinculan equilibrio tributario con manejo apropiado de gastos públicos, siendo necesario otorgar derecho a los contribuyentes para opinar autorizadamente sobre cómo son gastados e invertidos todo impuesto recaudado, con el objetivo de obtener confianza hacia el Estado, opinar sobre el fin de los recursos, dar cuenta y ver resultados, mayor eficiencia tributaria del Estado, el contribuyente expondría problemas en los que se debería invertir todo impuesto, aportando además las estrategias para hacerlo eficientemente.

Como conclusión los compromisos puestos en práctica por los concesionarios son principalmente principios y elementos éticos tributarios,

existiendo aun en ellos ciertas debilidades, pero los demás compromisos como la participación responsable, honestidad, transparencia y equilibrio tributarios presentan más fragilidad o desconocimiento, pues se encontró extenuación a su conocimiento, desarrollo e incorporación en procedimientos empresariales por parte del personal de alta y media gerencia, presumiendo que los demás trabajadores pueden presentar las mismas inconsistencias de esta dimensión.

Finalmente se obtuvo como resultado del cuarto objetivo referente a describir la conciencia tributaria existente en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo, que los gerentes poseen cierto nivel de conciencia tributaria según naturaleza social, política, jurídica y económica empresarial, mejorando esto el nivel de ética tributaria empresarial, obteniendo solidaridad entre las partes de la relación jurídica tributaria en pro del bien común, ya sea el Estado como ente facultado para solucionar problemas con recursos obtenidos por las obligaciones tributarias y los sujetos pasivos en recibir a cambio servicios necesarios para elevar calidad de vida.

En relación, la conciencia tributaria de naturaleza social según el personal de alta y media gerencia no es un indicador muy palpable en los concesionarios automotrices, pues como resultado se obtuvo que medianamente los informantes consideran que el desarrollo del ejercicio tributario ayude a construir y consolidar una sociedad más equitativa, donde además la comunicación en ciertas ocasiones tampoco garantiza el bienestar social para todos.

En cuanto a la conciencia tributaria de naturaleza política, se conoce también que cuentan con principios, valores y estrategias para mejorar procedimientos tributarios, ya que efectivamente se implementan políticas en cuanto a conciencia tributaria, por lo cual son utilizadas principalmente las

políticas de cumplir con las leyes tributarias, realizar interpretaciones lógicas de las leyes tributarias y aprovechar los beneficios tributarios.

Seguidamente, en cuanto a la conciencia tributaria de naturaleza jurídica se obtuvo que el personal encuestado tiene un concepto definido sobre la importancia de conocer las diferentes leyes y reglamentos con el objetivo de aumentar y mantener la conciencia tributaria en los concesionarios, cumpliendo todos los requerimientos jurídicos al realizar los actos económicos empresariales adecuadamente tanto para cumplir con el Estado como para mantener buena reputación legal ante el entorno empresarial.

Para obtener mayor rentabilidad alegan los informantes que los concesionarios siguen una serie de objetivos para obtener conciencia económica, las cuales inician cuando se desarrolla estrategias empresariales, garantiza el mantenimiento del empleo y buscando equilibrio en la balanza de pagos tributarios, aun así se evidencia que existe un porcentaje alto de informantes que no toman en cuenta las estrategias nombradas para lograr objetivos económicos rentables para los concesionarios, causando el desaprovechamiento de dichas estrategias posibles consecuencias como inestabilidad en el valor del dinero.

Concluyendo con el último objetivo, se identifica que los concesionarios automotrices practican la conciencia tributaria en ciertas naturalezas con mayor éxitos, es decir en el ámbito político y jurídico los informantes poseen conocimiento para desarrollar las actividades empresariales relacionadas a su campo exitosamente, no siendo el mismo caso para la conciencia tributaria de naturaleza social, pues en dicha hay debilidad porque no siempre el desarrollo del ejercicio tributario garantiza una sociedad consiente y equitativa, caso similar se refleja en la naturaleza económica donde no se implementa por todos los involucrados las estrategias que brinda este indicador para lograr objetivos económicos

rentables y a corto plazo, pudiendo causar tomas de decisiones económicas inadecuadas.

En definitiva, se observó en cuanto a la inteligencia emocional empresarial el personal de alta y media gerencia tiene cierto conocimiento sobre algunos indicadores, pero es evidente que la variable no es aplicada íntegramente como estrategia empresarial para el fortalecimiento de las emociones, aptitudes y habilidades laborales, igualmente la ética tributaria es bastante conocida y aplicada existiendo un nivel bajo pero significativo de debilidades en algunos indicadores, pudiendo no aplicar ética en ciertos procesos que a su vez afectaría la reputación empresarial.

Según lo anterior y como conclusión general al analizar la inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo, no se está aprovechando eficientemente las habilidades que puede proporcionar la inteligencia emocional empresarial como instrumento o estrategia para fomentar y maximizar ética tributaria en los concesionarios, desperdiciando oportunidades de mayor comunicación e interrelación entre trabajadores, al igual en la relación jurídica tributaria entre los concesionarios y administración pública.

Recomendaciones

Con base a las conclusiones establecidas para esta investigación, se presenta a continuación una serie de recomendaciones formuladas en función de fortalecer el conocimiento sobre la inteligencia emocional empresarial como herramienta para el fomento de la ética tributaria en los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo en beneficio del talento laboral del personal de alta y media gerencia y demás trabajadores.

Inicialmente, se recomienda en cuanto al primer objetivo específico una adecuada y constante determinación de las áreas aplicables de la inteligencia emocional empresarial pues según los resultados hace falta mayor planificación e interés para lograr que todo trabajador distinga y controle totalmente las áreas, en especial manejo de conflictos, adaptación a cambios y negociaciones, permitiendo dirigir con mayor eficacia sus procedimientos e identificar zonas débiles para transformarlas efectivamente.

Es necesario recomendar con respecto al segundo objetivo específico, diseñar estrategias teóricas empresariales para que los trabajadores obtengan mayor capacidad de reconocimiento y manejo de la inteligencia emocional empresarial y sus ventajas en los concesionarios, así mismo, se recomienda garantizar a todos los trabajadores la oportunidad para explotar sus habilidades, creatividad e interesa al máximo por medio de la capacitación profesional para ejercer sus cargos con inteligencia emocional, pudiendo lograrse lo anterior con cursos, talleres, charlas y demás actividades académicas efectivas.

De igual manera, se recomienda de acuerdo al tercer objetivo específico seguir identificando y cumpliendo constantemente con mayor eficiencia los compromisos éticos tributarios, en especial participación responsable, honestidad, transparencia y equilibrio tributario los cuales presentan algunas debilidades, es importante además cultivar la confianza entre contribuyente y administración tributaria por medio del adecuado y puntual cumplimiento de las obligaciones tributarias motivados más que por evitar sanciones por tomar decisiones justas fundamentadas en valores morales.

En relación al cuarto objetivo específico se recomienda maximizar la conciencia tributaria en los concesionarios por medio del conocimiento en el área o naturaleza social y económica con estrategias de planificación tributaria que proporcione a los trabajadores habilidades técnicas, legales y

laborales así como también conductas y diversos tipos de comportamientos que forman los valores éticos.

Como recomendación general, es importante que los concesionarios automotrices del municipio Valera del estado Trujillo se informen, documenten e instruyan más sobre inteligencia emocional empresarial y ética tributaria, además tomar ambas teorías como estrategias o herramientas empresariales para el fortalecimiento de las emociones, comportamientos y habilidades empresariales que proporcionen capacitación para actuar ante diferentes procesos, circunstancias o problemáticas, en especial para lograr una relación jurídica tributaria eficiente donde es necesario poseer conocimientos en el ámbito tributario y económico pero es aún más valiosa la capacidad de comunicación correcta entre sujeto activo y pasivo, la cual se adquiere a medida que se fomenta las teorías mencionadas.

www.bdigital.ula.ve

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva, M. (2014). Análisis Tributario. Documento en línea, disponible en: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2010/03/05/la-definici-n-de-conciencia-tributaria-y-los-mecanismos-para-crearla>. Consultado 09 de Junio.
- Álvarez, S y Soto, P. (2014). La ética en el diseño y aplicación de los sistemas tributarios. Texto en línea. Disponible en: http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/documentos_trabajo/2004_16.pdf. [Consulta Febrero 27 2017].
- Ardila, J. (2014). Control fiscal eficiente desde la perspectiva de la ética, la moral y los valores para evitar la corrupción. Primera Edición, editorial Uniciencia. Colombia.
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. Séptima edición. Editorial Episteme. Caracas Venezuela.
- Banfi, T. (2013). La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria. Trabajo especial de grado para obtener el título de maestría en gerencia tributaria. Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín. Estado Zulia. Venezuela.
- Bencomo, E y Carreira, O. (2012). Los valores éticos de la democracia y el rol de la juventud. Encuentro Internacional "La juventud y los valores éticos de la democracia". Octubre, Venezuela.
- Bonilla, M. (2013). Ética en el siglo XXI. Editorial Estellar. España.
- Bromberg, P. (2009). Cultura tributaria como política pública. Contrato 629 de 2009. Instituto de Estudios Urbanos de la Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: <http://revistas.unal.edu.co/index.php/revcep/article/view/44456/45744>.
- Canas, R. (2013). La inteligencia emocional en el trabajo en equipo. Grandes pymes. Documento en línea, disponible en: <http://www.grandespymes.com.ar/2013/04/01/la-inteligencia-emocional-en-los-equipos-de-trabajo/>. Consultado 5 de Agosto 2017.

- Chalvin, D y Eissette, F. (2012). Como mejorar los pequeños conflictos en el hogar. España. Ediciones Deusto, S.A. Cuarta Edición.
- Chandler, C y Alaña, C. (2015). Economía Tributaria. Documento en línea, disponible en: <http://www.com/trabajos17/economia-tributaria/economia-tributaria.shtml>. Consultado 02 de Julio 2017
- Chopra, P. y Kanji, G. (2010) Emotional Intelligence: A catalyst for inspirational leadership and management excellence. Total Quality Management. 21 (10), 971-1004
- Cooper, R y Saway, A. (2012) Inteligencia emocional aplicada al liderazgo y organización: Editorial Norma. Venezuela.
- Código de Conducta de los Servidores Públicos (2013). Gaceta Oficial N°. 40.314 Extraordinario de fecha 31 de Octubre de 2013. Caracas, Venezuela.
- Código Orgánico Tributario. (2004). Gaceta Oficial N°. 6.152 Extraordinario de fecha 17 de Noviembre de 2004. Caracas, Venezuela.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). CEPAL hace un llamado para luchar contra la evasión fiscal en América Latina y el Caribe. Texto en línea. Disponible en: <http://www.ntn24america.com/noticia/cepal-hace-un-llamado-para-luchar-contr-la-evasion-fiscal-en-america-latina-y-el-caribe-93238.consultado>. [Consulta Febrero 27 2017].
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999, 30 de Diciembre). Gaceta Oficial de la Republica, N° 36860. [Extraordinaria]. Marzo 24, 2000.
- Contreras, L. (2013). Inteligencia emocional y productividad de los empleados en el sector farmacéutico comercial del municipio Maracaibo. Trabajo especial de grado como requisito para obtener el título de magister scientiarum en gerencia empresarial. Universidad Rafael Beloso Chacin. Estado Zulia. Venezuela.

- Goleman, D. (2016). La inteligencia emocional en la empresa. Editorial ediciones B, quinta edición. Texto en línea. Disponible en: <http://datelobueno.com/wp-content/uploads/2014/05/Inteligencia-emocional-en-la-empresa-Resumen.pdf>. [Consulta: 15 de Febrero 2017].
- Herrera, P y Álvarez, S. (2012). La ética en el diseño y aplicación de los sistemas tributarios. Texto en línea. Disponible en: http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/documentos_trabajo/2004_16.pdf. [Consulta Febrero 27 2017].
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición. Mc Graw Hill. México.
- León, S. (2013). Relación entre inteligencia emocional y estrategias de manejo de conflictos en las empresas de la ciudad de Guatemala que brinda servicios de comercio internacional. Trabajo especial de grado para optar al título de especialista en administración psicológica industrial y organizacional. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Lerma, H. (2004). Metodología de la investigación. Propuesta, anteproyecto y proyecto. Editorial D.C. Tercera edición. Bogotá Colombia.
- Ley Orgánica del Poder Ciudadano. (2001). Gaceta Oficial N°. 37.310. Extraordinario de fecha 12 de Diciembre de 2001. Caracas, Venezuela.
- Lizzotte, L. (2011). Administración tributaria/ética. Texto en línea Disponible en: file:///C:/Users/Maria%20Fernanda/Downloads/2011_No8_feb_etica.pdf. [Consulta Febrero 03 2017].
- Londoño, M. (2010). Como sobrevivir al cambio. Inteligencia emocional y social de las empresas. Editorial fundación confemetal. España. Libro en línea disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=WUFg_cLyhHEC&pg=PA120&dq=inteligencia+emocional+en+la+empresas&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=inteligencia%20emocional%20en%20la%20empresas&f=false. [Consulta Febrero 15 2017].
- Lopez, R. (2013). La inteligencia emocional en los equipos de trabajo. Documento en línea, disponible en:

<http://www.grandespymes.com.ar/2013/04/01/la-inteligencia-emocional-en-los-equipos-de-trabajo/>. Consultado 03 de Junio 2017.

Méndez, C. (2001). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Tercera edición. Mc Graw Hill. Colombia.

Parella, S y Martins, F. (2012). Modalidades de investigación cuantitativa. Editorial FEDUPEL. Venezuela.

Pereira, M. (2014). Estudio de la inteligencia emocional en el manejo de conflictos laborales de los empleados de la oficina de personal del Gobierno Bolivariano de Carabobo. Trabajo especial de grado para optar al título de maestría en administración del trabajo y relaciones laborales. Universidad de Carabobo Facultad de Ciencias Económicas Y Sociales. Estado Carabobo. Venezuela.

Robleda, V. (2015). La Ética Económica y el Lavado de Dinero. Documento en línea. Disponible en: <https://www.google.co.ve/Url?Sa=T&Rct=J&Q=&Esrc=S&Source=Web&Cid=7&Cad=Rja&Uact=8&Ved=0ahukewjhwngjqy7xahwf6sykhrjkdmcqfghkma y&Url=Https%3A%2F%2Fveritasonline.Com.Mx%2FLa-Etica-Economica-Y-EI-Lavado-De-Dinero%2F&Usg=Aovvaw0jilfeunmm425lxm9g7fcu>. Consultado 01 de Julio 2017

Robbins, S y Judge, T. (2014). Comportamiento organizacional. Prentice Hall. Pearson educación, 15va edición, México.

Ruiz Bolívar, C. (2000). Instrumentos y técnicas de Investigación Educativa (un enfoque cuantitativo y cualitativo para la recolección y análisis de datos). Venezuela: Editorial Dinaca.

Ryback, D. (2012). EQ. Trabaje con su inteligencia emocional. Sexta edición. Editorial EDAF, S.A. Chile.

Salovey, P y Mayer, J. (2004). Inteligencia emocional: teoría, Hallazgos e implicaciones. 4ta edición. New Yord.

Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT). (2016). El SENIAT desplegó operativos para determinar cumplimiento de deberes formales de 200 contribuyentes en Los

Andes. Texto en línea. Disponible en: <http://noticias.seniat.gob.ve/index.php/noticias-antteriores/1008-el-seniat-desplego-operativos-para-determinar-cumplimiento-de-deberes-formales-de-200-contribuyentes-en-los-andes>. [Consulta Febrero 06 2017].

Soto, E. (2011). Comportamiento Organizacional, Impacto de las Emociones. Editorial Thomson. México.

Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa, S.A. Cuarta edición, México.

Timaná, J y Paza, Y. (2014). Pagar o no pagar es el dilema. <editorial ESAN, primera edición. Perú.

Vega, M. (2015). Ética Y Responsabilidad Jurídica En Las Organizaciones Empresariales. Documento en línea, disponible en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtual/Publicaciones/administracion/v11_n22/pdf/a07v11n22v.pdf. Consultado 23 de Junio 2017.

Yun, Z. (2014). La ética tributaria y su práctica en el contexto de la responsabilidad social en el sector empresarial del municipio Libertador. Trabajo especial de grado para obtener el título de Especialización en Gerencia Tributaria. Universidad Carabobo. Facultad de Ciencias Económicas Y Sociales. Estado Carabobo. Venezuela.

ANEXOS

www.bdigital.ula.ve

Anexo A: Instrumento de recolección de datos.



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO RAFAEL RANGEL
DEPARTAMENTO DE POSTGRADO DERECHO MERCANTIL,
MENCION TRIBUTOS EMPRESARIALES
TRUJILLO ESTADO TRUJILLO

Cuestionario dirigido a la alta y media gerencia de los concesionarios automotrices del municipio Valera, estado Trujillo.

INSTRUCCIONES

A continuación se presentan unas series de proposiciones, conteste marcando con una equis (X) la (s) opción (es) que corresponda a su punto de vista. Las respuestas serán consideradas de forma confidencial y utilizadas con fines netamente académicos.

1. Se presentan conflictos laborales en la empresa.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

2. ¿Cuál (es) de los siguientes talentos posee para solucionar conflictos?

<input type="checkbox"/>	Detectar disturbios cuando se están gestando	<input type="checkbox"/>	Despedir a los involucrados
<input type="checkbox"/>	Tomar medidas para calmar a los involucrados	<input type="checkbox"/>	Ninguno de las anteriores
<input type="checkbox"/>	Escuchar y actuar con inteligencia emocional	<input type="checkbox"/>	Otras ¿Cuáles?:

3. Se adapta rápidamente a los diferentes cambios que se presentan en la empresa.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

4. Considera que cuanto más conocimiento tenga sobre el tema de inteligencia emocional menos conflictos surgirán en la empresa por falta de adaptación a los cambios.

<input type="checkbox"/>	Verdadero	<input type="checkbox"/>	Falso
--------------------------	-----------	--------------------------	-------

5. Tiene la responsabilidad de tomar decisiones en su puesto de trabajo.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

6. Para mejorar las funciones empresariales toma decisiones usando la inteligencia emocional.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

7. Realiza actos de negociaciones para aumentar la rentabilidad y productividad en la empresa.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

8. Cuenta con la cualidad de inteligencia emocional empresarial al momento de realizar negociaciones.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

9. Se cultiva el trabajo en equipo dentro de la estructura empresarial.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

10. Logra la empresa mayor productividad cuando se trabaja en equipo

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

11. Tiene la empresa líderes emocionalmente inteligentes para guiar equipos de trabajo más adaptativos

<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

12. Mejora el ambiente organizacional cuando existe comunicación eficaz entre los trabajadores

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

13. La comunicación entre los líderes y trabajadores permite realizar las actividades apegadas a los procesos y reglamentos.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

14. El medio ambiente laboral de la empresa se caracteriza por un clima organizacional óptimo

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

15. Encuentra importante el desarrollo de la inteligencia emocional empresarial para lograr un clima organizacional óptimo

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

16. Cuenta la empresa con trabajadores responsables

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

17. Garantiza la empresa a los trabajadores la oportunidad de explorar sus habilidades, creatividad y ser escuchados

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

18. Se fomenta la productividad empresarial por medio de la capacitación profesional y técnica de los trabajadores.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

19. A través de la fusión y práctica entre la inteligencia emocional empresarial y la productividad el trabajador puede lograr:

<input type="checkbox"/>	Participar con éxito en el mercado laboral	<input type="checkbox"/>	Ser más competitivo
<input type="checkbox"/>	Reducir costos de producción	<input type="checkbox"/>	Ninguna de las anteriores
<input type="checkbox"/>	Ser más rentable	<input type="checkbox"/>	Otras ¿Cuáles?:

20. Reconoce que los principios éticos tributarios ayudan al contribuyente a ser más honesto y responsable.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

21. ¿Cuáles de los siguientes principios éticos tributarios son puestos en práctica por la empresa?

<input type="checkbox"/>	Generalidad de someterse al impuesto	<input type="checkbox"/>	Elección por conveniencia tributaria
<input type="checkbox"/>	Igualdad al mismo trato impositivo	<input type="checkbox"/>	Ninguna de las anteriores
<input type="checkbox"/>	Proporcionalidad de capacidad de pago	<input type="checkbox"/>	Otras ¿Cuáles?:

22. Conoce los elementos éticos tributarios puestos en práctica por la empresa

<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

23. Reconoce alguno de los elementos éticos tributarios practicados por la empresa:

<input type="checkbox"/>	Legalidad	<input type="checkbox"/>	Moralidad
<input type="checkbox"/>	Competencia	<input type="checkbox"/>	Ninguna de las anteriores
<input type="checkbox"/>	Eficiencia, eficacia y celeridad	<input type="checkbox"/>	Otras ¿Cuáles?:
<input type="checkbox"/>	Publicidad normativa		

24. Participando responsablemente en la cancelación de las obligaciones tributarias se cultiva la ética de los contribuyentes

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

25. La participación responsable en el cumplimiento de las obligaciones tributarias es impuesta.

<input type="checkbox"/>	Verdadero	<input type="checkbox"/>	Falso
--------------------------	-----------	--------------------------	-------

26. Califica los procesos de fiscalización, recaudación y manejo de los recursos tributarios por parte de la administración pública como honesta y transparente.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

27. La empresa dota a los trabajadores de herramientas para adquirir un comportamiento responsable y ético.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

28. El equilibrio tributario está vinculado con el manejo adecuado de los gastos Públicos

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

29. Se debería otorgar el derecho a los contribuyentes de opinar autorizadamente acerca de cómo son gastados y/o invertidos los impuestos recaudados.

<input type="checkbox"/>	Si ¿Por qué?:	<input type="checkbox"/>	No ¿Por qué?:
--------------------------	---------------	--------------------------	---------------

30. Se construye una sociedad más equitativa a través del desarrollo del ejercicio tributario puntual.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

31. La comunicación entre contribuyente y Estado garantiza el bienestar social en general.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

32. Cuenta la empresa con principios, valores y estrategias para mejorar los procedimientos en materia tributaria.

<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Si
--------------------------	----	--------------------------	----

33. ¿Cuáles de las siguientes políticas son puestas en práctica por la empresa?:

	Cumplir con las leyes tributarias		Programar auditorias
	Realizar interpretaciones lógicas de las leyes tributarias		Ninguna de las anteriores
	Aprovechar los beneficios tributarios		Otras ¿cuáles?:
	Obrar con la conciencia de la función social		

34. Para aumentar la conciencia tributaria en el ámbito jurídico es necesario conocer las leyes y reglamentos que regulan los procedimientos de declaración y pago de impuestos.

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

35. Realiza la empresa sus actividades económicas bajo el cumplimiento de las normas jurídicas

<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Casi siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	Nunca
--------------------------	---------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------

36. Los objetivos de la empresa para alcanzar la conciencia económica están relacionada con:

	Desarrollo de estrategias empresariales		Eficiencia distributiva
	Mantenimiento del empleo		Ninguno de las anteriores
	Equilibrio de la balanza de pagos tributarios		Otras ¿Cuáles?:

37. Para lograr los objetivos económicos en la empresa es necesario implementar:

	Políticas monetaria con control por parte del gobierno		Ninguna de las anteriores
	Políticas fiscales de ingresos y ganancias		Otras ¿Cuáles?:

Anexo B: Confiabilidad del instrumento.

Sujetos informantes	ÍTEMS																												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
1	5	5	5	5	3	2	5	5	4	4	5	5	3	4	5	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	5
2	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	3	5	4	3	3	5	5
3	3	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	2	5	4	4	5	5
5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	5	5
6	4	4	4	4	2	5	2	4	3	4	5	3	5	3	5	2	2	5	4	5	4	3	3	4	2	3	4	5	5
7	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	4	3	4	3	5	4	4	4	5
8	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5

www.bdigital.ula.ve

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	8	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	8	100,0

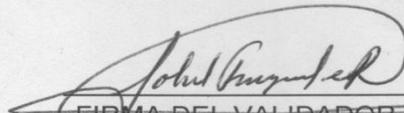
Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,831	,830	27

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO "RAFAEL RANGEL"
DEPARTAMENTO DE POSTGRADO DERECHO MERCANTIL
MENCIÓN TRIBUTOS EMPRESARIALES
TRUJILLO, ESTADO TRUJILLO

CONSTANCIA DE VALIDACION

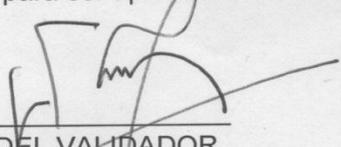
Quien suscribe Prof.: Dr. Johel Furguere R., Titular de la Cedula de Identidad N°: V-5.788.693 certificando que he revisado el instrumento presentado por la Licenciada **Martínez Rodríguez Maria Fernanda**, titular de la Cedula de Identidad N°: **24.017.254**, como parte de su trabajo de postgrado titulado: **INTELIGENCIA EMOCIONAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA PARA CULTIVAR LA ETICA TRIBUTARIA EN LOS CONSESIONARIOS AUTOMOTRICES DEL MUNICIPIO VALERA ESTADO TRUJILLO**, de la ilustre Universidad de los Andes, Núcleo Rafael Rangel. Considero que dicho instrumento reúne todos los criterios para ser aplicado.


FIRMA DEL VALIDADOR
CI. N°: V-5.788.693
Fecha: 03/03/2018

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO "RAFAEL RANGEL"
DEPARTAMENTO DE POSTGRADO DERECHO MERCANTIL
MENCIÓN TRIBUTOS EMPRESARIALES
TRUJILLO, ESTADO TRUJILLO

CONSTANCIA DE VALIDACION

Quien suscribe Prof.: José F. Conte C., Titular de la Cedula de Identidad N°: 5759413, certificando que he revisado el instrumento presentado por la Licenciada **Martínez Rodríguez Maria Fernanda**, titular de la Cedula de Identidad N°: **24.017.254**, como parte de su trabajo de postgrado titulado: **INTELIGENCIA EMOCIONAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA PARA CULTIVAR LA ETICA TRIBUTARIA EN LOS CONSESIONARIOS AUTOMOTRICES DEL MUNICIPIO VALERA ESTADO TRUJILLO**, de la ilustre Universidad de los Andes, Núcleo Rafael Rangel. Considero que dicho instrumento reúne todos los criterios para ser aplicado.


FIRMA DEL VALIDADOR
CI. N°: 5759413
Fecha: 3-03-2018

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO "RAFAEL RANGEL"
DEPARTAMENTO DE POSTGRADO DERECHO MERCANTIL
MENCIÓN TRIBUTOS EMPRESARIALES
TRUJILLO, ESTADO TRUJILLO

CONSTANCIA DE VALIDACION

Quien suscribe Prof.: Sandy M Boiceno S., Titular de la Cedula de Identidad N°: V-10039.892, certificando que he revisado el instrumento presentado por la Licenciada **Martínez Rodríguez Maria Fernanda**, titular de la Cedula de Identidad N°: **24.017.254**, como parte de su trabajo de postgrado titulado: **INTELIGENCIA EMOCIONAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA PARA CULTIVAR LA ETICA TRIBUTARIA EN LOS CONSESIONARIOS AUTOMOTRICES DEL MUNICIPIO VALERA ESTADO TRUJILLO**, de la ilustre Universidad de los Andes, Núcleo Rafael Rangel. Considero que dicho instrumento reúne todos los criterios para ser aplicado.


FIRMA DEL VALIDADOR

CI. N°: 10.039.892

Fecha: 05/03/2012

Anexo D: Ejemplos de tabulación de datos.

INDICADOR 1. Manejo de conflictos																								
ITEM 1																								
<i>Respuesta</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	FA	FR %
Siempre				1																			1	5
Casi siempre												1	1										2	9
Algunas veces			1		1	1			1					1		1		1	1		1		9	41
Casi nunca							1			1	1				1		1			1		1	7	32
Nunca	1	1						1															3	14

INDICADOR NO. 2. Adaptación a cambios																								
ITEM NO. 4																								
<i>Respuesta</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	FA	FR %
Verdadero	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	82
Falso			1	1			1		1														4	18

INDICADOR NO. 9. Productividad Empresarial																								
ITEM NO. 19																								
<i>Respuesta</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	FA	FR %
Participar con éxito en el mercado laboral				1		1	1		1		1	1	1	1	1		1		1			1	13	59
Reducir costos de producción						1							1	1	1					1			5	23
Ser más rentable			1		1	1	1				1		1		1	1		1	1	1			11	50
Ser más competitivo		1				1		1	1	1		1		1								1	8	36
Ninguna de las anteriores																							0	0
Otras ¿cuáles?:																							0	0

Anexo E: Carta aprobación del tutor.



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO “RAFAEL RANGEL”
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
COMISIÓN DE POST-GRADO EN DERECHO MERCANTIL
MENCIÓN “GERENCIA RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN EMPRESARIAL”
TRUJILLO, ESTADO TRUJILLO**

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de tutor(a) del Trabajo Especial de Grado titulado: **Inteligencia Emocional Empresarial como Herramienta para el Fomento de la Ética Tributaria en los Concesionarios Automotrices del Municipio Valera, Estado Trujillo**, presentado por la licenciada: **María Fernanda Martínez Rodríguez**, portadora de la cédula de identidad **V-24.017.254** como requisito obligatorio para optar al título de Especialista en Derecho Mercantil Mención Tributos Empresariales que otorga la Universidad de los Andes, considerando que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes; apruebo que el mismo sea sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que le sea designado.

En Trujillo, a los Cinco (05) días del mes de Marzo de 2019

Atentamente


Prof. Henry Castellanos
Tutor Académico