

## LA INVESTIGACION EN CIENCIAS CONTABLES

OTONIEL DIAZ C.  
Contador Público  
Coordinador de Investigaciones

Todas las ramas del saber, todas las culturas, necesitan estar permanentemente renovándose. El estatismo, el anquilosamiento, el adormecimiento, en nada las benefician; por el contrario, las convierten en cosas arcaicas, desuetas y muchas veces desaparecen por completo. Miremos las numerosas teorías Políticas, Económicas, Científicas que han tenido su época de esplendor y que por falta de desarrollo, por falta de cambios, por falta de savia renovada que las aliente han quedado en el olvido.

La cultura contable como rama del saber, como disciplina científica y social, como arte y como Profesión, ha sido reconocida desde hace años. Nuestra misma legislación comercial, sin ser lo mejor que se haya hecho, reconoce parte de su importancia al mantener instituido como obligación el cargo del Revisor Fiscal, la Contabilidad obligatoria, y la forma de sus registros, los auxiliares de la Justicia y lo que es más importante la Fe Pública.

Sin embargo, no es lo anterior lo que hace que la Contaduría merezca un sitio más o menos importante. La importancia se la da su activa participación como elemento vital del desarrollo de los pueblos, como ciencia de la información ordenando los datos estadísticos que rigen la vida cotidiana sobre los cimientos de la lógica y con la fuerza de una Profesión fundada en una experiencia de siglos.

A este sitio de privilegio en el que nuestra Profesión no se mire con menosprecio y desdén, en el que no se sientan sus miembros en inferioridad de condiciones solo se llega a través de la Investigación.

No vale la pena hacer un recuento ni comparaciones entre la Contaduría y otras ciencias. La Contaduría Pública como carrera Liberal, por ser una necesidad social, por su universalidad, es una ciencia igual a todas las ciencias. Como tal, es en nuestro medio relativamente nueva, pero ha llegado a su madurez, y la preocupación actual es encontrarla amenazada por una serie de intereses particulares y por conflictos menores entre sus miembros y organizaciones. Sumado a esta situación el desinterés con que se manejan los planes curriculares en los centros de estudios superiores y el conformismo general al aceptar toda clase de teorías, principios, téc-

nicas y normas extranjeras como hechos cumplidos, como el *súmmum* de la ciencia contable, sin analizar ni estudiar su aplicabilidad a nuestro medio y en general a toda la comunidad Latinoamericana.

Si miramos un solo caso concreto corroboramos lo anterior. En el caso de los llamados "Principios de Contabilidad generalmente aceptados", se tipifica la situación planteada. Cuál exponente cultural de nuestra disciplina participó en su elaboración? ¿Quién midió el grado de Representatividad?

Nos queda, entonces, la alternativa única: La investigación. Investigación tomada como el alma misma de la vida intelectual y desarrollo del pensamiento crítico. La ausencia de esta actividad ha mantenido a todos los países, mal llamados subdesarrollados, en todos los campos de la actividad cotidiana en esa situación de atraso en que nada nos debe la humanidad porque nada hemos hecho por ella.

Hacer investigación es buscar y concluir, incluye al observador y al experimentador, persigue el descubrimiento de nuevas ideas, al mismo tiempo que busca hechos para sacar de ellos una conclusión o una experiencia apropiada que controle otras ideas. Una escuela que no practica la disciplina investigativa no puede considerarse verdaderamente universitaria, aunque puede ser o llegar a ser una buena escuela profesional.

No se está descubriendo nada nuevo en estos conceptos; todo esto está dicho ya, no una sino muchas veces en foros, conferencias, seminarios, congresos y en cuanta aglutinación exista, pero no basta reconocer y aceptar el mal; se necesita salir, empezar a aplicar la solución, abandonar esta inercia de la creatividad, abrir esos nuevos senderos desde ya, y a las universidades como núcleos básicos y fuentes naturales del pensamiento superior corresponde tomar la vanguardia de un movimiento renovador en defensa de la profesión contable para beneficio de toda la comunidad Latinoamericana en sus aspectos económicos y sociales.

Investigación en lo económico si nos atenemos a la obtención de conocimientos que permitan entender y comprender toda clase de fenómenos financieros; Investigación en lo social si vamos a estudiar y explicar el comportamiento de las personas que se desenvuelven en el ámbito de la Contaduría. Cualesquiera que sea el aspecto que se vaya a investigar, llámese financiero o social tiene necesariamente que tener presente el método científico como herramienta indispensable de todas las ciencias.

En la investigación está para la ciencia contable su porvenir. Siempre se ha mirado lo pasado y a veces lo presente, nunca el devenir y así seguimos siendo depositarios de verdades ajenas y no comprobadas, de teorías, ideas, técnicas y soluciones que no se acomodan, ni tienen porque hacerlo, a nuestro medio y que no responden a las necesidades regionales ni nacionales y las más de las veces a nuestra época.

Vista así la situación, la investigación que necesitamos es tarea reservada a un número reducido de profesionales que dediquen lo mejor de sus capacidades, tiempo y esfuerzo, a lograr el progreso de la ciencia y en nuestro caso de la ciencia contable.

## ANÁLISIS DEL SUBSECTOR

JAVIER RINCON OBANDO  
Administrador Empresas -  
Economía Agrícola M.A.  
Coordinador Area Económica  
Administrativa y Financiera

Este documento describe y resume una de las técnicas recientemente desarrolladas en el campo de la investigación económica cuya potencial aplicación en la identificación de los problemas de mercadeo de productos agropecuarios del país, constituye por sí sola una meta ambiciosa si se tiene en cuenta que existe un creciente interés por parte del Gobierno Nacional en buscar un ordenamiento en el mercadeo agropecuario.

### I. EL METODO

Un método sistemático u ordenado para identificar los problemas de mercadeo requiere (1, P.2)

1. Una definición de lo que constituye el mercadeo,
2. Una delineación de los objetivos que deben ser establecidos adecuadamente por el sistema de mercadeo,
3. Un análisis de las instituciones y otros estamentos del sistema de mercadeo y sus relaciones entre las partes y
4. Alguna evidencia de como las actividades de mercadeo existentes no están satisfaciendo aquellos objetivos.

Una forma útil para analizar los problemas de mercadeo es la de conceptualizar el conjunto de actividades que componen el mercadeo como un "SISTEMA" funcional.

Un "Sistema" implica que las actividades están encadenadas en una forma significativa, que existe interacción entre ellas y que los Inputs del sistema estarán asociados con algún tipo de Outputs.

El concepto de sistema de mercado también nos dice cuáles son las funciones que se desarrollan internamente, así como las fuerzas externas que influyen en el funcionamiento del sistema. Por lo tanto existen posibilidades para identificar puntos de apoyo que son útiles para hacer recomendaciones o reformar el sistema.

