

TERCER BOLETÍN

CIENCIAS EMPRESARIALES 2023

ISBN: 978-9942-772-45-9



9789942772459

© Universidad de Otavalo
Área de Ciencias Empresariales

TERCER BOLETÍN DE CIENCIAS EMPRESARIALES

MBA. Adrián Andrade Orbe
Compilador

Comité editorial

PhD. Lidia Díaz Gispert
MBA. Adrián Andrade Orbe.
MSc. Santiago Núñez Naranjo

Primera edición 2023
ISBN: 978-9942-772-45-9

Universidad de Otavalo

Plutarco Cisneros Andrade

Fundador y Canciller

Juan Carlos Cisneros Burbano

Vicecanciller

Antonio Romillo Tarke

Rector

Francisco Becerra Lois

Vicerrector

Diego Jaramillo Acosta

Vicerrector Administrativo y Financiero

Jorge Mantilla Salgado

Director de Investigación

Diagramación: Tatiana Ballesteros

investigación@uotavalo.edu.ec

© Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida total o parcialmente, ni registrada ni transmitida por sistemas de recuperación de información de ninguna forma ni por medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, fotocopia o cualquier otro sin el permiso previo por escrito de la institución.

ÍNDICE

PRÓLOGO

MBA. Adrián Andrade 4

COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR ARTESANAL

MBA. Marcelo Felipe Valdospinos Balda..... 5

"LA RSC Y SU VISIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL"

MBA. Arianna Valdospinos Balda 8

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN APLICABLES AL COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO: UNA VISIÓN DESDE LA FIRMA DEL TRATADO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y CHINA

M.Sc. Edwin Santiago Núñez Naranjo 11

UNO CIRCULAR: BALANCE DE UN PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD PARA LA REUTILIZACIÓN DE RESIDUOS TEXTILES

M.Sc. Belky Nerea Orbes Revelo

PhD. Jorge David Mantilla Salgado..... 16

SATISFACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE OTAVALO CON LA VINCULACIÓN

PhD. Ramón Cala Aiello..... 22

VARIABILIDAD DE PRECIOS DE LA CANASTA BÁSICA EN ECUADOR

PERIODO 2019 – 202226

PhD. Lidia Díaz Gispert 26

LA IMPORTANCIA EN LA MEDICIÓN DE PRECIOS EN LA ECONOMÍA

M.Sc. Johanna Morocho Terán..... 29

FACTURACIÓN ELECTRÓNICA, PROCESO DE ADAPTABILIDAD EN LA GESTIÓN TRIBUTARIA DE LAS MICROEMPRESAS

M.Sc. Lizandro Manuel Perugachi Limaico..... 32

PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA

M.Sc. Abdón Marcelo Simbaña Villarreal 36

LAS CAPACITACIONES DEL AREA DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EL FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES DEL RECURSO HUMANO

MBA. Adrián Andrade 39

PRÓLOGO

El propósito del presente boletín es presentar algunos de los resultados de investigaciones desarrolladas por el Área de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo durante al año 2023 sobre temáticas relacionadas con las buenas prácticas empresariales. Una gestión empresarial competente marca la diferencia entre el éxito o el fracaso en los negocios.

Los trabajos que se presentan son de interés para negocios pequeños, medianos y grandes, ya que se tratan de diferentes temáticas actuales que son necesarias para operar con efectividad y así elevar la rentabilidad, que se convierte en el fin de la gestión empresarial.

Para el desarrollo del boletín 2023, se realizó una convocatoria a los profesores del área de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo, la misma que estableció los parámetros de presentación, los cuales se han respetado dentro de los ensayos recibidos, que a su vez se revisaron con rigor científico.

Los autores que presentan los diferentes ensayos cuentan con un nivel académico de cuarto nivel y con experticia sobre los temas tratados, tanto en la academia, como en el ámbito práctico, además son de diferentes nacionalidades, lo que permite contar con enfoque diferenciados y profesionales sobre la temática central del ensayo: la gestión empresarial en pymes de la zona norte ecuatoriana, principalmente del sector de comercio artesanal.

MBA. Adrián Andrade

COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR ARTESANAL

MBA. Marcelo Felipe Valdospinos Balda
mvaldospinos@uotavalo.edu.ec

Introducción

¿Qué es estrategia? La estrategia empresarial se centra en crear una posición única y valiosa a través de actividades distintas. Implica elegir conscientemente qué no hacer, y busca lograr un "ajuste" armonioso entre todas las actividades de la compañía para reforzar su eficacia y eficiencia (Porter, 2010).

Desarrollo

El comercio se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes en Otavalo. Esta situación trae consigo un gran desafío hacia el sector productivo artesanal, en términos de desarrollar ventajas competitivas frente a productos importados que no estén basadas únicamente en el mejor precio de venta. Abordar el tema de competitividad requiere que se analice desde diferentes perspectivas y roles. En este sentido es de suma importancia que se profesionalice la actividad empresarial del sector productivo artesanal, así los artesanos tendrán el conocimiento técnico necesario para planificar estratégicamente los movimientos de mercado de cada una de sus unidades de negocio.

Existen diversas teorías para desarrollar ventajas competitivas, algunas se enfocan en el entorno competitivo externo y otras en el entorno interno de la organización. El presente artículo tiene el propósito de hacer énfasis en el desarrollo de recursos y capacidades clave de los artesanos. Desde una perspectiva estratégica el sector artesanal requiere implementar tecnología, procesos de producción estandarizados, sistemas de control de

costos e inventarios, entre algunos otros que serían clave para ganar competitividad, por supuesto sin que estos recursos distorsionen la actividad artesanal y que se mantenga su esencia y tradición, sin embargo, para implementar la estrategia es importante desarrollar capacidades de liderazgo. La formulación e implementación de estrategias es en gran medida un ejercicio de liderazgo, en términos de movilizar a las personas hacia objetivos comunes (Weisz & Vassolo, 2021).

El camino sería competir a través de intangibles, es decir con el posicionamiento de la marca Otavalo, cultura, tradición. Si se logra desarrollar adecuadamente estas capacidades, la producción artesanal tendrá un valor más elevado que permitirá hacer frente a productos importados frente a los cuales sería muy difícil competir por precio. Sin duda, el desarrollo de estas capacidades y pensar estratégicamente requieren una adecuada formación en administración de empresas, hasta el momento se ha hecho énfasis en el entorno interno de la organización, sin embargo, es importante resaltar la construcción de competitividad sistémica, ecosistemas industriales o en este caso artesanales donde es clave la presencia del Estado con políticas e inversión pública que impulsen la actividad privada, por ejemplo la inversión en energía limpia y a bajo costo, infraestructura como redes viales, inversión en desarrollo social y bienestar conjuntamente con la construcción de un sistema de seguridad para impulsar el turismo nacional y extranjero, esto es clave porque es el principal nicho de mercado de la artesanía, por ejemplo recientemente el FMI demostró que los países con mejor infraestructura vial tiene un impacto importante en la productividad y reducción de la pobreza (IMF, 2022). Se requiere desde lo público un proyecto país a largo plazo con objetivos y estrategias claras que garanticen determinada estabilidad política y el empresario tenga claridad del entorno macroeconómico por lo menos a corto y mediano plazo, un proyecto país que proteja la industria nacional hasta que gane la suficiente competitividad para competir con las naciones más avanzadas del mundo.

Conclusiones:

En conclusión, el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo y a largo plazo requiere una profunda conexión entre el sector público y el sector privado, donde cada uno tiene sus roles y responsabilidades sociales asignadas que permitan la transformación económica y social del entorno.

Referencias Bibliográficas:

IMF. (2022). *International Monetary Found*. Obtenido de

<https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2022/06/15/where-are-the-worlds-fastest-roads>

Porter, M. E. (2010). *On Strategy*. Boston: Harvard Business Review.

Weisz, N., & Vassolo, R. (2021). *Strategy as Leadership*. California: Stanford Business Press.

LA RSC Y SU VISIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL

MBA. Arianna Valdospinos Balda
avalospinos@uotavalo.edu.ec

Introducción

En las últimas décadas, la responsabilidad social corporativa (RSC) ha cobrado una importancia sin precedentes en el ámbito empresarial. Impulsada por una sociedad más consciente y activa. La RSC se ha convertido en un elemento clave tanto para la imagen como para la propia estrategia de la compañía. Según Fombrun y Van Riel (2004), la RSC contribuye significativamente a la construcción de una reputación empresarial positiva, un activo invaluable en el mundo corporativo contemporáneo. Se establece una relación entre las prácticas de RSC y la percepción pública de una empresa, destacando cómo una gestión responsable puede influir positivamente en la imagen de marca y en las relaciones con los stakeholders. (Fombrun y Van Riel, 2004).

Desarrollo

Los sistemas sociales tienen estructuras basados en corresponsabilidades, que se ejecutan a través del proceso de toma de decisiones, las mismas que van a tener un impacto en el desempeño de la organización. La RSC tiene como objetivo influir en las decisiones empresariales, en tres ámbitos principales: social, ambiental y financiero. Los directivos y accionistas de la organización deben pensar en agregar valor en estos tres ámbitos y que estén integradas a la estrategia. Porter y Kramer (2006) discuten cómo puede alinearse con la estrategia empresarial para crear un beneficio mutuo tanto para las empresas como para la sociedad, lejos de ser una mera obligación ética o una iniciativa caritativa, la RSC

bien ejecutada puede ser un poderoso vehículo para el éxito empresarial a través de la creación de valor compartido. La integración estratégica de la RSC en las operaciones y la planificación empresarial puede generar ventajas competitivas significativas, mejorando la reputación corporativa y fomentando la innovación y la eficiencia.

La visión estratégica de la RSC permite crear un entorno alrededor de la empresa que puede beneficiar en: branding, creación de ventajas competitivas, atracción de talento, valor de marca, reputación, implementación de procesos innovadores, entre otros.

La coordinación e integración de estas prácticas en los diferentes procesos y áreas de la empresa estructura un sistema enfocado en la sostenibilidad empresarial, determinar una perspectiva a futuro y ser asertivos en la toma de decisiones, todo esto involucrado a un pensamiento estratégico que guíe a la organización en: planificación y gestión a largo plazo.

Un caso de éxito es la empresa Globant, misma que integró la RSC a la estrategia lo que les permitió construir todo un sistema alineado a su filosofía empresarial y ser uno de los principales unicornios de Argentina -valorado en más de mil millones de dólares-. En su materiality analysis presentan las acciones más relevantes para sus grupos de interés y que están alineados a su estrategia empresarial.

Otro ejemplo es la marca Patagonia, conocida por sus prácticas sostenibles y su compromiso social, centradas en el compromiso con el medio ambiente, transparencia y honestidad, activismo y conciencia social, enfoque en la calidad y durabilidad, programa de reparación, cultura corporativa y bienestar de los empleados (Chouinard & Stanley, 2012).

Conclusiones

Sin duda, la RSC debe ser vista desde la estrategia empresarial y no como acciones independientes que sean ejecutadas desde la superficialidad (Greenwashing) Señor, (2022). Al entender e implementar la perspectiva estratégica de la RSC podemos contribuir a la sostenibilidad financiera, social y ambiental, logrando un impacto en el entorno donde la

empresa se desempeña. La RSC bien ejecutada puede ser un elemento clave para el éxito empresarial a través de la creación de valor compartido.

Referencias Bibliográficas:

Chouinard, & Stanley. (2012). *"The Responsible Company: What We've Learned From Patagonia's First 40 Years"* .

Fombrun, C. J., & Van Riel, C. B. (2004). *Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). "Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility". Harvard Business Review, December Issue.

Señor, C. (11 de 10 de 2022). Qué es el greenwashing y cómo evitar caer en falsas campañas verdes. Obtenido de Qué es el greenwashing y cómo evitar caer en falsas campañas verdes: https://canalsenior.es/noticias/que-es-el-greenwashing-y-como-evitar-caer-en-falsas-campanas-verdes/?gclid=CjwKCAiAmZGrBhAnEiwAo9qHiVHNm5TMQ_wQpSbIW15hLde1uYaxf6TBw4PZT3FffkHJqWCm_BJ9BoC4-wQAvD_BwE

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN APLICABLES AL COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO: UNA VISIÓN DESDE LA FIRMA DEL TRATADO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y CHINA

M.Sc. Edwin Santiago Núñez Naranjo
snunez@uotavalo.edu.ec

Introducción

El Tratado de Libre Comercio (TLC) Ecuador-China es el primer acuerdo comercial que se ha firmado con un país asiático. Esta negociación se llevó a cabo en los meses de abril a diciembre del 2022 y fue suscrito de forma virtual el 10 de mayo de 2023 en Quito y el 11 de mayo en Beijín. Este acuerdo está enfocado en ofrecer beneficios comerciales a bienes o productos, contemplando así una totalidad de 17 disciplinas de primera generación. Ecuador es el primer país latinoamericano con un tratado de esta índole con China.

China se ha convertido al 2023 en la segunda economía más grande del mundo y el primer importador mundial de alimentos, lo que ha generado un crecimiento sostenido de consumo. Para Ecuador, se ha posicionado como el principal socio comercial no petrolero. Haber profundizado las relaciones comerciales con la economía más grande de Asia permite eliminar barreras arancelarias para ciertos productos exportables de Ecuador como camarón, cacao o banano. También permite a sectores productivos adquirir mayor cantidad de insumos sin tantos procedimientos aduaneros, sin embargo, el reto de la implementación de este acuerdo comercial viene acompañado de una profundización en la facilitación del comercio a través de la implementación de tecnologías actuales en la digitalización de los negocios.

La entrada en vigencia de este acuerdo comercial permitirá obtener acceso preferencial para el 99% de las exportaciones actuales de Ecuador a China, destacándose principalmente productos agrícolas y agroindustriales, pero también abrirá las puertas de exportación de productos no tradicionales como pitahaya, piña, mango, arándanos, quinua, alimentos procesados, frutas frescas y en conserva, y un elevado número de otros productos de la oferta agrícola y agroindustrial.

Desarrollo

El Tratado de Libre Comercio Ecuador-China se negoció de forma eficiente a lo largo de 10 meses, siguiendo la hoja de ruta planteada por el presidente de la República del Ecuador Guillermo Lasso en la visita oficial a Beijing, en febrero de 2022. Este acuerdo se centra adicionalmente a la reducción de aranceles, en reglas de origen, mejora de procedimientos aduaneros y facilitación del comercio, defensa comercial, protocolos para medidas sanitarias y fitosanitarias, reducción de obstáculos técnicos al comercio. De esta forma, dedicar esfuerzos en el fortalecimiento de la transparencia permite que se alcancen resultados significativos en cuanto a contar con mayor previsibilidad y agilidad en las operaciones.

La facilitación del comercio en Ecuador ha sido una prioridad en los últimos años, y se espera que en el año 2023 continúe en la misma línea, enfocándose en impulsar el sector y promover un entorno favorable para las actividades comerciales. A la fecha, Ecuador ha implementado el 75% del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC), instrumento internacional destinado a aumentar la competitividad del sector productivo; diversificar las exportaciones; mejorar el clima de negocios; reducir la corrupción y los gastos administrativos; mejorar la eficiencia y la tributación; promover estándares comunes y la armonización internacional; y, la previsibilidad. En promedio, Ecuador supera a los países de la región en la implementación del acuerdo, y su implementación total significaría una reducción promedio en los costos comerciales de 12,2% a 13,9%. Además, reducirá el tiempo de operación de los negocios, aumentará la competitividad de los productores y exportadores (MPCEIP, 2021)

Para comprender mejor este contexto, es fundamental tener en cuenta los avances realizados en los últimos años. Ecuador ha implementado diversas medidas para agilizar y simplificar los trámites aduaneros, reduciendo los tiempos de espera y promoviendo la eficiencia en los procesos de importación y exportación a través del sistema ECUAPASS.

En el año 2023, se espera que estas medidas se consoliden y se fortalezca la colaboración entre los diferentes actores involucrados en el comercio exterior, como los importadores, exportadores, agentes aduaneros, transportistas y autoridades gubernamentales. La digitalización de los procesos aduaneros jugará un papel crucial para agilizar los trámites y reducir la burocracia, permitiendo un comercio más eficiente y transparente; lo cual se puede lograr a través de la implementación de tecnologías de la información, que han mostrado un avance significativo en el siglo XXI. La versatilidad en su aplicación les ha permitido trascender hasta el comercio exterior. Actualmente, se las utiliza para rastrear y monitorear la ubicación, las condiciones de almacenamiento y transporte de mercancías en tiempo real. Esto mejora la visibilidad de la cadena de suministro y permite una gestión más eficiente de inventarios y entregas.

La disrupción de las nuevas tecnologías dentro del entorno globalizado actual presenta desafíos que las empresas tienen que afrontar en materia de comercio exterior, así como en el resto de áreas corporativas. El desarrollo tecnológico, la digitalización de la cooperación para la inversión, promoción del comercio electrónico, competencia, transparencia, solución de diferencias y cooperación económica.

El Acuerdo firmado contempla una disciplina llamada "*Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio*", la misma que busca promover la simplificación y armonización de procedimientos aduaneros, garantizando un despacho eficiente y expedito de mercancías, mediante la previsibilidad, consistencia y transparencia en la aplicación de la legislación aduanera y sus procedimientos administrativos. Se incluyeron disposiciones para cooperación y asistencia mutua entre autoridades aduaneras, impulsando la colaboración basada en "*Aduanas Inteligentes, Fronteras Inteligentes y Conectividad Inteligente*" a fin de aumentar la confianza mutua y lograr un alto grado de conectividad que facilite el comercio

de mercancías. Así mismo se contemplaron figuras que buscan mejorar la transparencia, la difusión de normativa pertinente y la atención de consultas en materia aduanera. Finalmente, se logró simplificar procedimientos y mejorar el despacho de mercancías, especialmente aquellas perecederas, lo cual beneficiará significativamente a las exportaciones ecuatorianas.

Con la negociación del TLC Ecuador- China hay varios beneficios para exportaciones ecuatorianas; una vez que este acuerdo entre en vigencia. El primer beneficio es el acceso real de nuestra oferta exportable actual y potencial en mejores condiciones a un mercado de 1.400 millones de consumidores, con alto poder adquisitivo. En efecto, con esta negociación se logró acceso para el 99,6% de la oferta ecuatoriana actual a China en canastas de desgravación inmediata o menores a 10 años. Ecuador consiguió alcanzar las metas planteadas, acordando con China otorgar preferencias arancelarias de un 89,98% de las líneas arancelarias nacionales, equivalentes a un 92% del valor de las importaciones promedio desde China (Benalcazar, 2022). En los últimos años del TLC con los anteriores gobernantes se ha podido observar que la balanza comercial ha ido cambiando porque a pesar de ser nosotros como país rico en recursos, se debe acudir a la importación de maquinaria de producción.

China es el socio comercial del Ecuador, se firmó un Memorando de entendimiento para el inicio de negociaciones de un Acuerdo de Libre Comercio entre los dos países y a treves de los años existe variabilidad en su economía (Estrada, 2022).

China y Ecuador en la actualidad llevan un tratado de libre comercio para ayudar a su desarrollo productivo en la cual se vela por la transparencia y el cumplimiento de las normativas establecidas para llevar un buen comercio porque la falta de transparencia en normas, decisiones y reglamentos se configura como un obstáculo a la facilitación

logística y el uso apropiado de las nuevas herramientas tecnológicas juegan un papel clave para tener éxito en la gestión de operaciones de cualquier empresa.

Conclusiones

La inteligencia artificial (IA) ha aparecido como “sistemas informáticos que buscan imitar la función cognitiva humana a través de máquinas, procesadores y softwares con el objetivo de realizar tareas de procesamiento y análisis de datos” (Mutis, 2023, p.1); en consecuencia, ha permitido la automatización de tareas repetitivas y la toma de decisiones, con base en el análisis de datos recopilados. En el comercio exterior, puede utilizarse para agilizar procesos como la gestión de pedidos, la clasificación y verificación aduanal, el análisis de riesgo y la detección de fraudes.

Para el aprovechamiento del TLC entre Ecuador y China, la utilización de herramientas tecnológicas, entre ellas el sistema ECUAPASS, PUDELECO, ITC (Organización Mundial de Comercio), se hace imprescindible pero la implementación de otras de inteligencia artificial se hace útil, puesto que brindan ventajas competitivas al momento de realizar exportaciones a latitudes lejanas con exigencias de primer nivel como Global Trade Desk, Freightos, Acces2markets, entre otras.

Referencias Bibliográficas:

Benalcazar, S. (2022, diciembre 4). ProEcuador. Obtenido de ProEcuador:

<https://www.produccion.gob.ec>

Estrada, F. (2022, Febrero 23). IND industrias. Obtenido de Revista de Industrias:

<https://revistaindustrias.com/>

MPCEIP. (07 de JULIO de 2021). MINISTERIO DE PRODUCCIÓN COMERCIO EXTERIORI INVERSIONES Y PESCA. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/ecuador-avanza-con-la-implementacion-del-acuerdo-de-facilitacion-de-comercio/>

Mutis, S. (2023, julio, 7). Diario La República, Colombia,

<https://www.larepublica.co/analisis/sergio-mutis-caballero-500033/mi-perspectiva-de-la-ia-3638453>

UNO CIRCULAR: BALANCE DE UN PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD PARA LA REUTILIZACIÓN DE RESIDUOS TEXTILES

M.Sc. Belky Nerea Orbes Revelo

borbes@uotavalo.edu.ec

PhD. Jorge David Mantilla Salgado

jmmantilla@uotavalo.edu.ec

Introducción

En el año 2022, dentro de la Carrera de Comercio Exterior, se desarrolló un trabajo de titulación denominado “Logística inversa sobre residuos textiles en el Cantón Otavalo”. Este proyecto obtuvo importantes estadísticas sobre los residuos textiles generados por microempresas y talleres. En base a estas experiencias, la Universidad de Otavalo, en conjunto con el GAD de Otavalo y la Fundación Wasmu, planteó un proyecto de vinculación con la sociedad denominado “Aprovechamiento de residuos textiles de las microempresas del Cantón Otavalo”. Dentro de este proyecto, se llevó a cabo un levantamiento de información en las dos zonas en donde se ubican las microempresas y talleres con mayor índice de residuos generados por la confección: Ilumán y Peguche. La tabla N1 ilustra datos sobre los materiales empleados por dichas microempresas.

Tabla N°1 Principales materiales utilizados por microempresas para realización de prendas textiles

Material	Cantidad	Material	Cantidad
Tela Polar	73	Alpaca	8
Acrílico	20	Tela Flis	3
Algodón	27	Semi-dacrón	6
Lana	21	Tela microfibra	3
Tela Pelón	26	Tela Loto	1
Lana mezcla	12	Tela Alemania	0
Tela Licra	48	Cuero sintético	0
Orlon	16	Tela Impermeable	4
Termica	20	Tela acordeón	0
Tela lino	14	Tela Rift	0
Tela Peluche	20	Tela Flex	0
Tela Casimir	10	Tela Seda	0
Tela Dacrón algodón	18	Tela vicuña	0

NOTA. Según la tabla N^o1 la mayoría de las microempresas del sector de Ilumán y Peguche utilizan diferentes materiales textiles, 73 microempresas utilizan tela polar, 7 microempresas utilizan acrílico, algodón, lana mezcla, licra térmica y tela dacrón, con las menores cantidades son: Tela Alemania, cuero sintético, tela acordeón, tela rift, tela flex, tela seda y tela vicuña.

En este contexto, el presente ensaye ilustra las principales experiencias obtenidas dentro de este proyecto de vinculación con la sociedad.

Desarrollo

A través de los materiales anteriormente descritos, las microempresas generan productos y residuos en altos porcentajes, llegando a tener un total de 6.618,5 kilos por semana en los sectores de Iluman y Peguche. Así, se generan semanalmente aproximadamente 6,6 toneladas de residuos textiles en la muestra de empresas encuestadas, lo que supone casi 40 toneladas al mes.

Estos resultados no son alentadores, de acuerdo con la Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) los productores y consumidores de moda están cada día más conscientes de que la industria necesita cambiar y numerosas compañías, incluidas las minoristas de ventas masivas, empiezan a integrar los principios de sustentabilidad a sus estrategias de negocios (ONU, 2019), llegando a tener un enfoque de negocios sostenibles para microempresas textiles que hace que se generen estrategias de reutilización, reparación y reciclaje.

En base a este análisis estadístico, el área de Ciencias Empresariales planteó implementar actividades de vinculación para contribuir a mejorar los procesos de reciclaje. En la estrategia implementada, el actor principal fueron los estudiantes quienes desarrollaron actividades de concientización en toda la comunidad universitaria, tales como: elaboración y diseño de material gráfico para la difusión de programas de reciclaje a través de carteleras (Ver imagen N^o1); juegos lúdicos para fomentar la participación dentro de reciclaje; videos y storytelling

para promoción en redes de la fundación Wasmu. Todas estas actividades se generaron a corto, mediano y largo plazo. El diseño de las acciones se basó en una estructura

triangular en la que la estudiante no solamente realizó su trabajo con apoyo de docente tutor, sino que se involucró con la fundación Wasmu. La orientación del proyecto apostó a la construcción colectiva como principio de promover procesos de cambio enfocados a economías circulares, orientando hacia la acción y la transformación de sociedad.

Siendo así, que este proyecto tiene una perspectiva transformadora que aportará a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 2030), donde se pretende reducir el impacto ambiental negativo de los residuos textiles en el Cantón de Otavalo, con el apoyo de los sectores públicos, privados y la academia se han sumado a este compromiso social, empresarial y ambiental con el único objetivo de reducir la degradación de los hábitats naturales.

Las actividades lúdicas desarrolladas buscaron convertir al reciclaje en una actividad interactiva, en la cual, los donantes tengan un mayor grado de involucramiento y participación. Este enfoque sigue tendencias de uso de herramientas lúdicas con finalidades de aprendizaje o sensibilización (Lee y Hammer, 2021). En concreto, se realizaron dos juegos: una ruleta y una simulación del juego de bolos. Para participar en ambas actividades era necesario haber donado alguna prenda en buen estado. Los ganadores de estas actividades recibieron premios otorgados por la fundación Wasmu, como, por ejemplo, llaveros, bolsos o separadores de libros. Las donaciones serán clasificadas según su tipo, para posteriormente ser colocadas en la tienda Txcana; otras prendas, que no puedan llevarse a la tienda serán donadas o tendrán arreglos menores.

Imagen N°1.- Difusión de campaña de reciclaje textil en la Universidad de Otavalo



Fuente: Elaboración estudiantes de 3er semestre de ciencias empresariales.

Conclusiones:

En conclusión, en una primera fase, el proyecto generó diagnósticos estadísticos fundamentales para caracterizar los residuos textiles de las microempresas. En una segunda fase, el planteamiento de estrategias de juegos lúdicos diseñadas por los estudiantes ha logrado generar en la comunidad universitaria concientización de la reutilización de los productos textiles, apoyado al comercio justo en el cantón Otavalo. La colaboración del

estudiantado promueve la construcción colectiva para generar iniciativas y acciones transformadoras como agentes de sociales.

Referencia bibliográfica:

Lee, J. y Hammer, J. (2011). Gamification in education: What, how, why bother? *Academic exchange quarterly*, 15(2), 146.

ONU (2019). *El costo ambiental de estar a la moda*, obtenido;
<https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>.

SATISFACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE OTAVALO CON LA VINCULACIÓN

PhD. Ramón Cala Aiello
rcala@uotavalo.edu.ec

Introducción

La educación superior moderna no se concibe sin un proceso de vinculación de los estudiantes con actividades productivas, investigativas y culturales de la sociedad, deviniendo la vinculación con la sociedad una función sustantiva fundamental de la enseñanza universitaria a nivel internacional.

En el contexto ecuatoriano, se ha pasado a otorgar mayor atención y relevancia a la vinculación con la sociedad y su importancia en el aumento de la calidad educativa, pasando de un escueto indicador a transformarse en un criterio que cuenta con sus propios estándares y fuentes de información en los procesos de acreditación universitarios (Bernal et al, 2023).

La vinculación con la sociedad crea un importante vinculo de comunicación entre la academia y las instituciones públicas y privadas (Velez et al 2023).

El objetivo de nuestro ensayo es determinar, a través de la aplicación de dos encuestas, los niveles de satisfacción de los estudiantes de ciencias empresariales de la Universidad de Otavalo en el proceso de vinculación con la sociedad.

El nivel de satisfacción juega un papel importante en el propio desarrollo de las actividades de vinculación, siendo un factor determinante para el buen desempeño del proceso (Sandoval et al.,2023).

Desarrollo

Para la realización del estudio de satisfacción de los estudiantes con la vinculación se dividieron los estudiantes en 2 grandes grupos, los pertenecientes a los cursos del 1ero a 4to semestre y los correspondientes a los niveles de 5to a 8vo nivel.

Esta división se realizó con el objetivo de diferenciar los estudiantes que aún no realizaron las horas de prácticas preprofesionales y los que ya las realizaron.

Se aplicó una encuesta al primer grupo constituido por 118 estudiantes de un total de 186 en el área empresarial correspondientes a los semestres de 1ero a 4to.

La encuesta contó con 11 preguntas de las cuales 3 fueron meramente informativas y el resto estuvo encaminado a conocer las condiciones que presentan los estudiantes ante sus futuras horas de vinculación,

De los 118 estudiantes 61 fueron mujeres para un 51.7% y 57 hombres para un 48,3 %.

Como resultado de la encuesta se observa que solo 28 estudiantes de los 118 tienen acceso a empresas de su interés donde realizar la vinculación y prácticas preprofesionales.

De igual manera se encuestó al segundo grupo el cual estuvo formado por 62 de un total de 90 estudiantes matriculados en los 4 últimos niveles para un 69%, de las cuales 33 fueron de género femenino para un 53%.

A partir de los resultados de la encuesta aplicada a este segundo grupo se destaca la atención prestada por el tutor institucional que alcanzó una respuesta buena y muy buena de parte de 54 estudiantes encuestados para un 84%, aunque también nos dice que existen

problemas con algunos tutores de la institución de acogida que no realizan su atención adecuadamente.

De igual manera, 53 estudiantes respondieron positivamente sobre la atención de los tutores académicos para un 83%, siendo necesario verificar el 17% de docentes restantes y la insatisfacción de los estudiantes con la tutoría de los mismos.

En la pregunta que relaciona las prácticas con los estudios un 89% respondió que existe relación entre las actividades realizadas en las prácticas y sus estudios.

Sobre el grado de satisfacción con las practicas la respuesta fue de una satisfacción del 98%

De las respuestas a la pregunta 15 se manifiesta un nivel de dificultad en encontrar oportunidades de pasantías, resultando que el 77% de los estudiantes manifiestan determinados grados de dificultad en obtener lugares para realizar sus prácticas preprofesionales cuando lo hacen con gestión personal.

Mucho más contundente es la respuesta del 100% sobre una experiencia positiva en las empresas donde realizaron las prácticas.

Conclusiones:

Después de realizar el análisis de los resultados obtenidos en las encuestas se puede concluir lo siguiente: Existe una atención de los tutores docentes e institucionales que se sitúa en 83% y el 84% respectivamente, que se puede considerar buena sin llegar a la excelencia.

El 89% de los estudiantes considera existe relación entre lo aprendido en las prácticas y sus estudios.

Se manifiesta un alto nivel de satisfacción del 98% con las practicas realizadas.

77% de los encuestados manifiestan dificultad, para obtener empresas por gestión personal, donde realizar las prácticas y la vinculación.

Referencia bibliográfica:

Bernal, S. A. M., Abad, C. A. P., Bacuilima, W. R. M., & López, D. P. C. (2023). La vinculación con la sociedad como factor clave para acrecentar los niveles de calidad en la universidad ecuatoriana. *Debate Universitario*, 13(22), 39-53.

Sandoval-Zavala, M. C., & Vargas-Lazcano, A. L. (2023). Proyectos de Vinculación con el Medio: satisfacción de los estudiantes ante una nueva estrategia pedagógica. *Metas enferm*, 75-78.

Vélez Bermello, G. L., González Santos, M. M., Lindao Lindao, U. S., & Yagual Panimboza, A. A. (2023). Vinculación con la sociedad: fortalecimiento de procesos comunicacionales desde la academia, año 2019.

VARIABILIDAD DE PRECIOS DE LA CANASTA BÁSICA EN ECUADOR PERIODO 2019 – 2022

PhD. Lidia Díaz Gispert
ldiaz@uotavalo.edu.ec

Introducción

La canasta básica en Ecuador ha registrado variaciones significativas en los últimos años, especialmente en el valor de productos sensibles para los hogares de menores ingresos. Según el INEC (2019), la canasta básica estuvo valorada en 719 dólares para el año 2019. Sin embargo, los precios no son estáticos y responden a múltiples factores que generan fluctuaciones constantes.

Desarrollo

Uno de los principales determinantes de los precios de los alimentos en Ecuador es su condición de importador neto de productos agrícolas básicos. Esta dependencia del mercado externo hace que el país sea vulnerable a las variaciones de oferta global de alimentos, que se rigen por ciclos productivos, condiciones climáticas adversas y políticas proteccionistas de los principales exportadores. Por ejemplo, según la FAO (2019), entre 2010 y 2016 los precios internacionales de alimentos aumentaron 65% en promedio.

Otro factor determinante es la estructura oligopólica de la producción y distribución de alimentos en Ecuador. Los principales productos de la canasta básica están dominados por un reducido número de empresas que abarcan toda la cadena de valor, desde agroindustrias hasta supermercados. Esta concentración limita la competencia y permite a estas firmas ejercer poder de mercado sobre los precios.

Asimismo, al ser una pequeña economía abierta, Ecuador es susceptible a choques externos como la volatilidad del precio del petróleo y fluctuaciones cambiarias que impactan en los costos internos de producción y distribución. Por ejemplo, la apreciación del dólar frente al euro y las monedas latinoamericanas en 2015 encareció las importaciones de alimentos.

Las variaciones estacionales de la oferta también generan inestabilidad. Hay meses de sobreproducción con precios bajos y otros de escasez con precios elevados. Esto se nota en productos como frutas, verduras, tubérculos y legumbres. Los desastres naturales relacionados al cambio climático han exacerbado estos ciclos de oferta impredecibles.

Por el lado de la demanda, el principal factor es el poder adquisitivo de los hogares, que depende del desempleo, subempleo e ingresos. Entre 2014 y 2016, la desaceleración económica redujo el consumo de alimentos y contuvo su encarecimiento. Pero el repunte inflacionario desde 2017 empujó al alza los precios de los productos básicos, (INEC, diciembre, 2022).

El resultado ha sido una gran inestabilidad en el costo de la canasta básica familiar. Por ejemplo, entre enero de 2014 y enero de 2017 los precios aumentaron alrededor de 7,5%. Pero en los 12 meses posteriores se incrementaron otro 8%, para luego caer levemente en 2018-2019. En 2020, con la irrupción de la pandemia, la canasta básica registró un alza interanual de apenas 1%, pero en 2021 esta tasa volvió a ubicarse por encima del 5% (Boletín Técnico IPC – diciembre 2022).

Estas variaciones constantes generan incertidumbre en los hogares de menores recursos, que destinan una proporción muy alta de sus ingresos a la alimentación. Se estima que en Ecuador el 60% del gasto familiar se destina a productos de primera necesidad como alimentos y bebidas. Por ello, los hogares de quintiles más bajos son los más afectados cuando suben los precios de productos esenciales como arroz, papa, carne, huevos o pan.

Para mitigar estos efectos, el gobierno ecuatoriano ha implementado subsidios focalizados en los segmentos más vulnerables, fijando precios de referencia para productos

seleccionados, entregando bonos y creando sistemas de compensación. Pero estas medidas tienen un alcance y presupuesto limitado.

Los expertos señalan que una solución sostenible requiere políticas integrales que aborden los factores estructurales que provocan la volatilidad crónica de los precios de los alimentos en Ecuador. Se necesitan estrategias para reducir la dependencia de importaciones, impulsar la producción interna, mejorar la logística y conectividad entre zonas productoras y de consumo, fomentar la competencia en la distribución minorista y fortalecer la capacidad adquisitiva real de los hogares a través de empleo formal y salarios dignos.

Conclusiones:

La variabilidad de precios de la canasta básica que se manifiesta en el Ecuador, trae como consecuencia un incremento de la pobreza, la inflación, la inseguridad y desestabilización económica del país. Es de urgencia inmediata estudiar el establecimiento de políticas públicas que alivien esta situación en el corto plazo.

Referencia bibliográfica:

Boletín Técnico, Índice de precios al consumidor. INEC, 2019; Obtenido de:

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Abril-2019/Boletin_tecnico_04-2019-IPC.pdf

FAO, “El índice de precios de los alimentos de la FAO aumenta debido al alza de las cotizaciones internacionales del azúcar, la carne y el arroz”, obtenido de:
<https://www.fao.org/newsroom/detail/the-measure-of-world-food-prices-rose-in-april-for-first-time-in-a-year/es/>

Boletín Técnico IPC – diciembre 2022.

Instituto Nacional de Estadística y Censos, diciembre de. 2022: 16 Obtenido de
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec>

LA IMPORTANCIA EN LA MEDICIÓN DE PRECIOS EN LA ECONOMÍA

M.Sc. Johanna Morocho Terán
jmorocho@uotavalo.edu.ec

Introducción

La medición de precios es una parte esencial de la economía moderna. La información precisa sobre los precios de bienes y servicios es fundamental para la toma de decisiones económicas, tanto a nivel individual como a nivel gubernamental y empresarial.

Es de tal incidencia que podría considerarse un efecto multiplicador en las tomas de decisiones a nivel empresarial y gubernamental; bajo este análisis se propone explorar la importancia de la medición de precios en la economía y cómo esta influye en la formulación de políticas, la asignación de recursos y la evaluación del bienestar económico.

Desarrollo

Determinación de la Inflación. - Según Gutiérrez y Zurita (2006) uno de los aspectos más evidentes de la medición de precios es su papel en la determinación de la inflación (incremento del precio de los productos). La inflación, que representa el aumento sostenido y generalizado de los precios, tiene un impacto significativo en la economía. Los indicadores de inflación, como el índice de precios al consumidor (IPC), se utilizan para evaluar el poder adquisitivo de la moneda y para tomar decisiones sobre las tasas de interés y la política monetaria. La estabilidad de precios es uno de los objetivos principales de los bancos

centrales y, sin mediciones precisas de precios, sería imposible evaluar el éxito de sus políticas.

Evaluación del Bienestar Económico. - Para Miquel (2015) la medición de precios también es crucial para evaluar el bienestar económico de la sociedad. Los cambios en los precios pueden afectar significativamente a los consumidores y las empresas. Por ejemplo, un aumento en los precios de los alimentos puede reducir el poder adquisitivo de los consumidores y afectar negativamente su calidad de vida. Por otro lado, la deflación, o la caída generalizada de los precios, puede tener efectos perjudiciales en las empresas al reducir sus márgenes de beneficio. Para evaluar adecuadamente el bienestar económico de una población, es esencial contar con datos precisos sobre los precios de los bienes y servicios que consumen.

Toma de Decisiones Empresariales. - Las empresas también dependen de la medición de precios para tomar decisiones estratégicas. Los gerentes utilizan los datos de precios para fijar precios de venta, evaluar la competitividad en el mercado y tomar decisiones sobre la producción y el suministro. Una comprensión precisa de los cambios en los precios es esencial para que las empresas maximicen sus beneficios y mantengan su competitividad.

Formulación de Políticas Gubernamentales. - El gobierno desempeña un papel importante en la economía a través de la formulación de políticas públicas. Las decisiones sobre impuestos, subsidios, regulaciones y políticas fiscales se basan en gran medida en la información sobre los precios. Por ejemplo, un gobierno puede utilizar datos de precios para determinar los niveles óptimos de impuestos a los bienes y servicios, lo que puede afectar la demanda y la oferta de productos en la economía.

Conclusiones:

La medición de precios es un pilar fundamental de la economía moderna. Sin una comprensión precisa de los precios de bienes y servicios, sería imposible tomar decisiones informadas sobre política monetaria, asignación de recursos, evaluación del bienestar

económico y toma de decisiones empresariales. Los indicadores de precios, como el IPC, desempeñan un papel central en la toma de decisiones económicas y en la evaluación del estado de la economía. En última instancia, la medición de precios contribuye de manera significativa a la estabilidad y el funcionamiento eficiente de la economía en su conjunto.

Referencia bibliográfica:

Gutiérrez, Osvaldo & Zurita, Andrea (2006). Sobre la Inflación. PERSPECTIVAS. Vol.9, núm.3, págs.: 81-115.

Miquel, Ana (2015). La medición del bienestar económico a través de las macro magnitudes de la contabilidad nacional. CIRIEC. Núm. 85, págs. 10-45.

FACTURACIÓN ELECTRÓNICA, PROCESO DE ADAPTABILIDAD EN LA GESTIÓN TRIBUTARIA DE LAS MICROEMPRESAS

M.Sc. Lizandro Manuel Perugachi Limaico
lperugachi@uotavalo.edu.ec

Introducción

La facturación electrónica ha revolucionado la forma en que las empresas realizan la gestión tributaria. Específicamente, en el caso de las microempresas del Ecuador, su implementación ha permitido mejorar su eficiencia y cumplir con las obligaciones fiscales de manera más sencilla. Este ensayo analizará el proceso de adaptabilidad de la facturación electrónica en la gestión tributaria de las microempresas, explorando sus beneficios, desafíos y casos de éxito.

Facturación electrónica y su importancia en la gestión tributaria de las microempresas

La facturación electrónica se refiere al proceso de generar, transmitir y almacenar electrónicamente las facturas emitidas por una empresa. En el contexto de las microempresas, esta herramienta se ha vuelto esencial para su gestión tributaria. Al adoptar la facturación electrónica, las microempresas pueden cumplir con las regulaciones fiscales de manera más eficiente, reducir costos y mejorar la productividad. Además, les permite tener un mejor proceso de control de las transacciones (Cadena, 2018).

Además, permite a las microempresas registrar y documentar de manera precisa todas sus transacciones comerciales, esto simplifica el proceso de declarar impuestos y facilita la

presentación de informes cuando éstos sean requeridos; al automatizar gran parte del proceso de facturación, las microempresas pueden ahorrar tiempo y recursos, lo que les permite centrarse en aspectos más estratégicos y relevantes de su negocio (Ramírez et al., 2022).

Desarrollo

Los beneficios de implementar la facturación electrónica en microempresas

La implementación de la facturación electrónica en las microempresas conlleva una serie de beneficios significativos. En primer lugar, reduce los errores humanos en el proceso de facturación, lo que mejora la precisión de los registros contables y evita posibles sanciones por incumplimiento fiscal. Además, al eliminar la necesidad de utilizar papel e imprimir facturas físicas, se reducen los costos asociados con el almacenamiento y la manipulación de documentos.

Otro beneficio importante es la mejora en la eficiencia y la productividad. La facturación electrónica agiliza el proceso de emisión y recepción de facturas, lo que ahorra tiempo y recursos a las microempresas. Además, la automatización de la gestión tributaria permite la integración con otros sistemas empresariales, como la contabilidad y el control de inventario, facilitando el análisis y la toma de decisiones basadas en datos (Ortega, 2023).

Desafíos y adaptabilidad en la implementación de la facturación electrónica para las microempresas

Si bien es cierto, la facturación electrónica ofrece numerosos beneficios, su implementación en las microempresas también presenta desafíos. Uno de los desafíos más importantes es garantizar la adaptabilidad tecnológica, muchas microempresas carecen de la infraestructura necesaria para implementar la facturación electrónica, como sistemas informáticos adecuados o conexión a Internet confiable, a más de la preparación del recurso

humano para este proceso. En estos casos, puede ser necesario realizar inversiones adicionales para actualizar la tecnología y capacitar al personal.

De lo anterior, la adopción de la facturación electrónica requiere un cambio cultural y organizativo, las microempresas deben capacitarse en el uso de las herramientas necesarias para la facturación electrónica y ajustar sus procesos internos para integrar estas nuevas prácticas. Esto puede implicar una curva de aprendizaje para los empleados y una resistencia al cambio. Sin embargo, con el tiempo y el apoyo adecuado, las microempresas pueden lograr una transición exitosa hacia la facturación electrónica.

Casos de éxito en la gestión tributaria mediante la facturación electrónica en microempresas

A lo largo de los años, hemos sido testigos de numerosos casos de éxito en la gestión tributaria mediante la facturación electrónica en microempresas. Estas historias ilustran cómo la implementación de la facturación electrónica ha transformado la forma en que estas entidades manejan sus obligaciones fiscales y se han adaptado exitosamente al cambio (Intriago et al., 2022).

Un claro ejemplo son las microempresas dedicadas a la comercialización o producción de bienes o servicios del cantón Otavalo que han implementado la facturación electrónica y han agilizado sus procesos sin errores. Antes de la implementación, este sector enfrentaba dificultades para mantener registros precisos de sus ventas y gastos, lo que generaba problemas al momento de declarar impuestos. Sin embargo, hoy al adoptar la facturación electrónica, se ha logrado un mayor control sobre sus transacciones, han reducido tiempos de emisión y recepción de facturas, lo que les permitió atender a más clientes y aumentar sus ventas (Becerra & Ojeda, 2022).

Conclusiones:

La facturación electrónica se ha convertido en una herramienta esencial para la gestión tributaria de las microempresas, su implementación permite mejorar la eficiencia, reducir costos y mejorar el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Aunque presenta desafíos, como la adaptabilidad tecnológica y la resistencia al cambio, los casos de éxito demuestran que la facturación electrónica puede ser una parte integral del éxito empresarial y una forma efectiva de simplificar la administración tributaria.

Referencia bibliográfica:

Becerra, E., & Ojeda, R. (2022). Beneficios de la facturación electrónica en las pequeñas y medianas empresas del Ecuador. *Visión Digital*.

Cadena, P. (2018). La factura electrónica en el Ecuador. *Foro - UASB*.

Intriago et al. (2022). Facturación electrónica como obligación tributaria para los contribuyentes del régimen general en Portoviejo. *Ciencia Latina*.

Ortega, Y. (2023). Ventajas tributarias de la facturación electrónica en Ecuador. *Ciencias Sociales y Económicas*.

Ramírez et al. (2022). Cumplimiento tributario y facturación electrónica en Ecuador: evaluación de impacto. *Problemas de Desarrollo*.

PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA

M.Sc. Abdón Marcelo Simbaña Villarreal
amsimbania@uotavalo.edu.ec

Introducción

La educación financiera es un proceso de instrucción orientado a lograr la comprensión de conceptos financieros básicos y al desarrollo de capacidades que facilitan el tomar decisiones informadas y reflexivas en el ámbito financiero. En consecuencia, es un tema cuyo abordaje se sitúa en el ámbito de la educación. Sin embargo, en Ecuador, quien lidera el tratamiento de la educación financiera es la Superintendencia de Bancos, entidad que, de acuerdo al Código de Derechos del Usuario Financiero, debe velar por la equidad y equilibrio de las relaciones entre instituciones financieras y usuarios, propósito al que responden la mayoría de los programas de educación financiera que desarrolla la entidad de supervisión y las instituciones bajo su control (Superintendencia de Bancos, 2016).

Desarrollo

Entre el 2016 y el 2017, el BCE realizó la encuesta sobre información financiera a 4442 personas a escala nacional. De ellas, solo 165 recibieron alguna vez charlas o material sobre educación financiera (Banco Central del Ecuador, 2017). Con estos antecedentes, se analiza que la educación financiera es fundamental para el desarrollo de habilidades y competencias financieras en la sociedad. Sin embargo, muchas personas no tienen acceso a esta información o no cuentan con los recursos para obtenerla. Es así que este proyecto de vinculación con la sociedad pretende promover la educación financiera en línea, brindando

acceso a información de calidad y relevante para el desarrollo de habilidades financieras en la sociedad.

Beneficios de la educación financiera.- La "Educación Financiera", tercer pilar de la inclusión financiera, busca que la población adquiera aptitudes, habilidades y conocimientos que le permitan comprender, administrar y planear sus finanzas personales, así como usar adecuadamente los productos y servicios que ofrece el sistema financiero y de seguridad (Superintendencia de Bancos, 2019).

La finalidad es generar habilidades aplicando los conocimientos adquiridos, para realizar una aplicación financiera acorde a las necesidades de cada persona y hogares a nivel nacional y que puedan gestionar de manera adecuada una deuda y elegir la mejor opción de pagos. Por lo tanto, es importante fortalecer los conocimientos en inversiones, tipos de créditos, cultura bursátil y cultura de ahorro para el bienestar de la sociedad (Banco Central del Ecuador, 2020).

Ecuador avanza en educación financiera.- De acuerdo al Global Findex 2021, el cual mide los avances globales sobre inclusión financiera, en Ecuador el 59% de los adultos tiene una cuenta en una institución financiera; y según las Estadísticas de Inclusión Financiera Banco Central del Ecuador, solo 4 de cada 100 ecuatorianos han recibido educación financiera por parte de alguna entidad financiera o de entidades del gobierno (Demirguc-Kunt et al., 2018).

Se han realizado muchas iniciativas para fomentar la cultura financiera en la población para ello es importante la educación en aspectos cotidianos relacionados con esta temática que se convertirán en una opción real que contribuirá al desarrollo de habilidades y competencias en la población (Superintendencia de Bancos, 2017).

Conclusiones:

La educación financiera es fundamental para que las personas puedan tomar decisiones informadas sobre el manejo de sus finanzas. Se requiere mayor acceso a programas de educación financiera en Ecuador, especialmente en línea, para llegar a más segmentos de la población. El desarrollo de habilidades financieras contribuirá al bienestar económico de las personas y los hogares. Es necesario reforzar conocimientos sobre inversiones, créditos, cultura de ahorro y otros temas para empoderar a la ciudadanía en la gestión de sus recursos.

Referencia bibliográfica:

Banco Central del Ecuador. (2017). Encuesta Nacional de Educación Financiera 2016-2017.

<https://www.bce.fin.ec/>

Banco Central del Ecuador. (2020). Boletín de Inclusión Financiera. <https://www.bce.fin.ec/>

Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S. y Hess, J. (2018). La base de datos global Findex 2017: medición de la inclusión financiera y la revolución fintech.

Banco Mundial. <https://globalfindex.worldbank.org/>

Superintendencia de Bancos. (2016). Código Orgánico Monetario y Financiero.

<https://www.superbancos.gob.ec/>

Superintendencia de Bancos. (2017). Programa de Educación Financiera.

<https://www.superbancos.gob.ec/>

Superintendencia de Bancos. (2019). La Educación Financiera.

<https://www.superbancos.gob.ec/>

LAS CAPACITACIONES DEL AREA DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EL FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES DEL RECURSO HUMANO

MBA. Adrián Andrade
aandrade@uotavalo.edu.ec

Introducción

Las empresas que no cuentan con la capacidad en sus recursos humanos para innovar en sus procesos, procedimientos y en la generación de nuevos productos o servicios, corren el riesgo de ser expulsadas del mercado (Bermúdez Carrillo, 2019).

Esto se debe a que las tendencias y preferencias de compra de los consumidores cambian constantemente. Por esta razón, las compañías que no se adaptan a estas transformaciones a través de la innovación, pierden competitividad y relevancia frente a sus competidores más ágiles e innovadores. Es por esto que resulta fundamental que toda organización cuente con una cultura orientada a la capacitación continua, que le permita responder de forma rápida y efectiva a las siempre cambiantes necesidades y demandas del mercado.

Los negocios desde sus inicios desean contar un servicio que les permita diferenciarse de la competencia. Respecto al producto su meta es contar con la mejor calidad al menor precio. Sin embargo, en la actualidad los nuevos negocios no tienen la capacidad de innovar en procesos procedimientos de gestión administrativa, y en la generación de nuevos productos o servicios.

La gestión financiera en este tipo de negocios es empírica, lo que provoca multas con los diferentes departamentos de control estatal, además, el empirismo los lleva a no legalizar sus negocios.

Debido a la importancia del personal capacitado se debe evitar la rotación del personal, ya que la experiencia y el conocimiento adquirido por parte del trabajador son elementos que generan sinergias positivas y permiten generar ideas constantes de mejora.

Se puede establecer de acuerdo a lo enunciado, que la capacitación del personal, es indispensable para generar competitividad, ya que, la inversión en capital humano genera importantes retornos que se evidencian en el fortalecimiento de la gestión empresarial.

De acuerdo al orden de ideas que anteceden, se puede afirmar que es indispensable contar con capacitaciones permanentes, sin embargo, este elemento no se lo ejecuta debido a los altos gastos. Por esta razón, la Universidad de Otavalo generó una propuesta de capacitaciones generadas desde las necesidades pertinentes este tipo de negocios que operan en el sector.

Desarrollo

En primera instancia se procedió a realizar el acercamiento con este tipo de negocios y se firmó un convenio para capacitar a los emprendedores, en temas relacionados con la gestión empresarial.

Para definir los temas se procedió a realizar una encuesta, en donde se pudo evidenciar que las empresas demandaban de conocimientos de: permisos de funcionamiento, manejo del registro único del contribuyente y guías de remisión.

El área de ciencia empresariales de la Universidad de Otavalo, generó un análisis mediante una lluvia de solicitudes, determinó las prioridades y asignó de acuerdo a su especialidad docentes y estudiantes para capacitar a 42 negocios del sector.

Capitaciones- Apertura de un negocio

Licencias y permisos. Según el giro del negocio se requieren licencias municipales, sanitarias, ambientales, uso de suelo, etc. Otorgadas por las autoridades locales. (Otavalo, 2023) Para el caso de Otavalo es necesario lo siguiente:

Elegir el tipo de empresa que se quiere crear ya que existen diferencias entre crear una compañía y un negocio particular

Solicitar el permiso de funcionamiento en el cuerpo de bomberos. Acudir a la municipalidad a pagar la patente, el valor de pago se lo establece de acuerdo al valor de los activos con los que inicia la empresa.

Por los elementos abordados, que anteceden se brindó las capacitaciones sobre esta temática con la carrera de Administración de Empresas. en la cual participaron profesores, estudiantes, y representantes de los negocios.

Capacitaciones- Apertura y manejo del RUC

La apertura del ruc se la debe desarrollar presentando los siguientes requisitos : Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Original y copia de la factura por el servicio de televisión pagada o servicio de internet. Original y copia de cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente.

El manejo del ruc se lo debe manejar de acuerdo al tipo de contribuyente. El SRI clasifica a los contribuyentes en cuatro clases: grandes contribuyentes, contribuyentes especiales, agentes de retención y personas naturales obligadas a llevar contabilidad. (SRI, 2023)

Por los elementos abordados que anteceden, se brindó las capacitaciones sobre las temáticas con la carrera de Contabilidad y Auditoría, en la cual participaron profesores, estudiantes, y representantes de los negocios.

Capacitaciones- Manejo de guías de remisión

El giro del negocio en los nuevos emprendimientos demanda trasladar mercadería a diferentes lugares de venta, el documento que sustenta esta actividad es la guía de remisión.

Una Guía de Remisión debe contener una serie de datos básicos que aseguren la legalidad de la mercadería que se transporta. Estos son: Denominación del comprobante de venta. Motivo del traslado. Identificación del transportista. Dirección del punto de partida. Fecha y número de autorización, otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI). Descripción de los productos, especificando la cantidad, precio, peso y otras variables. Fecha de inicio y de terminación del traslado. Datos del emisor: razón social y registro único de contribuyentes, dirección de la matriz y del establecimiento donde está localizado el punto de emisión. Datos del receptor o destinatario: como dirección y número de identificación. (CONTIFICO, 2023) Por los elementos abordados que anteceden, se brindó las capacitaciones sobre las temáticas con la carrera de Comercio Exterior, en la cual participaron profesores, estudiantes, y representantes de los negocios.

Conclusiones:

Se puede determinar que existe la posibilidad de fortalecer los conocimientos para los nuevos negocios, con la participación activa de los propietarios y la academia, mediante un direccionamiento lógico y ordenado de temáticas.

Con relación a la apertura de un nuevo negocio, se puede determinar que para su inicio se deben conocer los requisitos específicos, para operar de acuerdo a lo que demandan las entidades de control.

En lo referente al manejo del registro único de contribuyentes, se puede determinar que para su apertura de debe presentar una serie de documentos, para que en el negocio sea calificado de acuerdo a los parámetros que establece el ente de control.

En cuanto a las guías de remisión, se puede determinar que, a pesar de ser nuevos negocios por sus formas de comercializar, deben contar con el documento de traslado de mercadería a los diferentes lugares de venta.

Referencia bibliográfica

Bermúdez Carrillo, L. (2019). CAPACITACIÓN: UNA HERRAMIENTA DE FORTALECIMIENTO DE LAS PYMES. *InterSedes*, 103-116.

CONTIFICO. (16 de 11 de 2023). *La guía de remisión* . Obtenido de <https://contifico.com/que-es-una-guia-de-remision/>

SRI. (16 de 11 de 2023). Registro único del contribuyente. Obtenido de Registro único del contribuyente: <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/consulta/36>

Otavalo, C. d. (16 de 11 de 2023). Noticias y eventos. Obtenido de <https://bomberosotavalo.gob.ec/>