

GESTIÓN Y COSTOS, ANTE LOS DESAFÍOS DEL SIGLO XXI

MEMORIAS

*II Segunda Jornada
Internacional de Gestión y
Costos ante los Desafíos
del Siglo XXI*

27 - 28 - 29 de Junio del 2023





**II JORNADAS INTERNACIONALES DE GESTIÓN Y COSTOS ANTE
LOS DESAFÍOS DEL SIGLO XXI - 27, 28 y 29 DE JUNIO DEL 2023**

Gestión y costos, ante los desafíos del siglo XXI

FACAE

COMPILADO POR:
Mónica Gallegos Varela
Rolando Soria Flores



II JORNADAS INTERNACIONALES DE GESTIÓN Y COSTOS ANTE LOS DESAFÍOS DEL SIGLO XXI - 27, 28 y 29 de junio del 2023

**Dr. Miguel Naranjo PhD.
RECTOR UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

COMITÉ EDITORIAL

Mónica Gallegos, MSc.
Marlon Pineda, MSc.
Rolando Soria, MSc.
Cristina Villegas, MSc.

COMITÉ CIENTÍFICO

Sánchez Toledano Daniel David, PhD.
Acosta Andino Byron Fabricio, PhD.
Gómez Luis Fernando, PhD.
María Fernanda Villavicencio Rodas, PhD.
Marcelo Gustavo Podmoguilnye, PhD.
De la Torre Lascano Carlos Mauricio, PhD.

PARES EVALUADORES

Luis Eduardo Pavón Rosero, MSc.
Universidad Central del Ecuador
lepacon@uce.edu.ec
Jaime Iván Quiroz Peña, MSc.
Universidad Central del Ecuador
jiquiroz@uce.edu.ec

REVISOR DE ESTILO

Manuel Montúfar, MSc.
Docente de la Carrera de Comunicación
FECYT - UTN

EDICIÓN TÉCNICA

Wilman López Msc.
Docente de la Carrera de Diseño Gráfico
FECYT - UTN

EQUIPO DE APOYO

Marcelo Vallejos

Coordinador carrera de Administración de Empresas

Vinicio Guerra

Coordinador carrera de Mercadotecnia

Washington Estrella

Coordinador de carrera de Economía

Gabriel Tapia

Coordinador carrera de Turismo

Santiago Falcón

Coordinador carrera de Gastronomía

Victoria Ruiz

Coordinadora carrera de Turismo en Línea

ISBN:

ISBN: 978-9942-845-62-7



Universidad Técnica del Norte

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Av, 17 de julio 5-21 y Gral. José María Córdova - Sector El

Olivo

+593 06 2997800

gestionycostos@utn.edu.ec

Ibarra - Ecuador

NOTA EDITORIAL: El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión del (los) autor(es) y no compromete el pensamiento institucional de las Universidad Técnica del Norte, ni genera su responsabilidad frente a terceros. El (los) autor(es) asume(n) la responsabilidad por los derechos de autor y conexos contenidos en la obra, así como por la eventual información sensible publicada en ella. Ibarra - Ecuador, junio del 2023.

Lista de Autores

Acosta Ascuntar Erick Steven
 Aguinaga Del Hierro Carlos
 Aguirre Benavides Ángel Janayker
 Alarcón Torres Francisco Xavier
 Almeida Vinueza Carlos Daniel
 Amaro Rodríguez Rocío Alejandra
 Andrade Palacios Julio César
 Andrade Troya Danny Steven
 Aragón Cuamacás Gloria Esperanza
 Araujo Muñoz Angie Valeria
 Arroyo Mera Dayané Mabel
 Bazurto Bravo Anthony José
 Bello Parra Roberto Orlando
 Beltrán Urvina Ligia Isabel
 Benitez Chiluisa Emily Dariana
 Brucil Almeida Juan Guillermo
 Cabascango Álvarez Bryan Israel
 Cabascango Jaramillo Janeth Carolina
 Caicedo Días Ester Abigail
 Calderón Ayala Luis Clemente
 Caluguillin Guaján Melani Camila
 Campaña Ipiales Esleisis Nahomy
 Castillo Andrade Rocío Elizabeth
 Ceron Burbano Steve Andres
 Cevallos Pineda Alba
 Chamorro Madruñero Lizeth Aracely
 Chicango Bastidas Flor Maria
 Chiliquinga Heredia Henry Patricio
 Chulde Yandún Joselyn Lizbeth
 Cisneros Cabrera Ximena Elizabeth
 Cisneros Ruales Marcelo Bayardo
 Constante Proaño Margarita Soledad
 Córdova Tambaco Diana Angélica
 Correa Benavides Yodalit Monserrat
 Cruz Góngora Fabio Elton
 Cuasapud Martínez Ana Lucía
 Dávalos Gonzales Vicente Xavier
 De la Torre Altamirano Marina Soledad
 Domínguez Ruiz Grace Elizabeth Duque
 Salvador Andy Mauricio
 Echeverría Cachipundo Galo Oswaldo
 Encarnación Castro Deisy Josefina
 Espinosa Burga Jefferson Stalin
 Espinosa Flores David Israel
 Falcón Gordillo Santiago Israel
 Flores Ruiz Jorge Armando
 Galarza Cachiguango Iván Santiago
 Galiano Andrade Nelly Eliana
 Gallegos Varela Mónica Cecilia
 Garcés Estévez Kevin Alexander
 García Venegas Jonathan Rafael
 Garzón Jiménez Joselyn Alexandra
 Gonzaga Martínez Lesly Monserrath
 Guachalá Andrango Marilyn Yuvely
 Guaján de la Torre Fernando José
 Gualango Suárez Kevin Alexis
 Guerra Miño Edwin Vinicio Raúl
 Guerrón Flores Juan Carlos
 Haro Carrión María Judith
 Héctor Gustavo Villares Villafuerte
 Hidrobo Galarza Francis Samuel
 Hurtado Moreno Jhonny Iván
 Lara Valdivieso Katherine Dayana
 León Carlosama Rocío Guadalupe
 Manosalvas Galindo Anahi Liseth
 Martínez Martínez Rosalba

Moreta Morales Henry Lenin
Moreta Oyagata Mishell Carolina
Muenala Vargas Luis Orlando
Navarrete Tapia Emilio José
Orellana Aga Anthony Joel
Ortega Guerrero Marco Vinicio
Ortiz Cumbal Dennis Victoria
Palomeque Llerena Tana Vanessa
Paredes Acosta Dómenica Patricia
Paredes Acosta Laura Marina
Paredes Andrade Diana Carolina
Parra Ferie Cecilia
Pepinosa Usiña Cristian David
Pérez Gonzalo Álvaro Rene
Pilataxi Fuentes Alexis Mateo
Pinargote Yépez Lucía Maribel
Pinto Acosta César
Posso Astudillo Ángela Mikaela
Pozo Cevallos Christian Eduardo
Pupiales Proaño Alexandra Cristina
Pupiales Proaño Jessica Aracely
Quintana Lombeida María Dolores
Rengel Endara Nancy Dalila
Revelo Madruñero Verónica Estefanía
Rivadeneira Cañola Dennys Javier
Rodríguez Trejo Rosa Elena
Rosero Ortega Guadalupe
Rubio Rueda Esteban Gonzalo
Ruiz Erazo Victoria Geovanna
Salcedo Fonseca Jorge Patricio
Saltos Cruz Sandra Elena
Saraguro Piarpuezan Ramiro Vicente
Saráuz Estévez Luis Vinicio
Sarmiento Portilla Daniela Mariana
Sevilla Cruz Emily Valeria
Shuir Ichau Alexandra Patricia
Soria Flores Edwing Rolando
Soriano Olvera Ronny Klever
Tafur Perugachi Cristian Paul
Tamba Montenegro Jessica Dayana
Taramuel Cabascango Jhon Stalyn
Terán Navarrete Marcela Alejandra
Tituaña Perugachi Jessica Maricela
Torres Paredes María de los Ángeles
Toscano Paucar Odallys Dayana
Vacas Palacios Marcelo Santiago
Valdivieso Revelo Diana Saray
Valenzuela Aguilar Xavier Alejandro
Vallejos Orbe Henry Marcelo
Vasallo Villalonga Yoarnelys
Villegas Estévez Cristina Jaqueline
Visarrea Picuasi Francisco Javier
Vizcaíno Cadena Katia Rosario
Zambrano Navarro Maholy Josenka
Zambrano Vera Hugo Francisco



ÍNDICE

INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN EN EMPRESAS DE SERVICIOS, UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	17-18
ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA CADENA DE VALOR PARA LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS.....	19
ACCESIBILIDAD TURÍSTICA EN LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE IBARRA, ECUADOR	20
PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA DE LA CRUZ ROJA ECUATORIANA SEDE QUITO MEDIANTE EL BALANCED SCORECARD.....	21-22
INCIDENCIA DEL BRANDING EMPRESARIAL EN EL PROCESO DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	23-24
DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA SOSTENIBLE EN LA PARROQUIA DE PEGUCHE, PROVINCIA DE IMBABURA.	25
ANÁLISIS DE LA EDUCACIÓN CONTABLE Y SU IMPACTO EN LA APLICACIÓN DE COSTOS. UN CASO NORECUATORIANO	26-27
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS DEL ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA. CASO UNIVERSIDAD DE OTAVALO	28-29
LA NORMALIZACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN EL CONTROL DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS PRODUCTORAS DE LICORES DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	30-31
ANÁLISIS DE LA GESTIÓN PRESUPUESTARIA Y FINANCIERA DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD DEL CANTÓN IBARRA EN BASE A LA EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL AÑO 2021.....	32-33
GUÍA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y TRIBUTARIA PARA EMPRENDEDORES	34-35
LA PACHAMANCA, RITUAL DE ALIMENTACIÓN ANCESTRAL EN LOS ANDES DEL ECUADOR	36
DISEÑO DE UN PROCEDIMIENTO PARA LA ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS EN EMPRESAS AGROPRODUCTIVAS DE MANABÍ COMO VÍA DE INCREMENTO DE SU COMPETITIVIDAD.....	

37

TRASCENDENCIA DE LA DOMESTICACIÓN DEL CACAO: ANÁLISIS ECUADOR Y MÉXICO

38

TUNA, UN ALIMENTO ENDÉMICO COMO ALTERNATIVA ANTIINFLAMATORIA

39-40

INNOVACIÓN CULINARIA EN IMBABURA: PLATOS TRADICIONALES CON TÉCNICA SOUS VIDE

41

TÉCNICAS VANGUARDISTAS EN PREPARACIONES TRADICIONALES OTAVALEÑOS

42

ANÁLISIS DE CONTROL INTERNO DE LA GESTIÓN PRESUPUESTARIA EN EL CUERPO DE BOMBEROS, CANTÓN IBARRA - PERÍODO 2021

43-44

LA DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO ECONÓMICO

45-46

VARIACIÓN DE LAS PREFERENCIAS DE CONSUMO DE TURISMO DE LOS VIAJEROS DE LA CIUDAD DE QUITO

47

PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA MICROEMPRESA SARAB DESIGN DE LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.....

48-49

ANÁLISIS DE LA VENTA DIRECTA Y MARKETING MULTINIVEL Y SU REPERCUSIÓN EN EL DESARROLLO PRODUCTIVO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA

50

LA LEGÍTIMA DEFENSA EN EL ECUADOR: UN ESTUDIO ACTUALIZADO.....

51-52

LA MOTIVACIÓN LABORAL DEL TALENTO HUMANO DE LA EMPRESA PYDACO

53-54

INFLUENCIA DEL MERCHANDISING VISUAL Y NEUROMARKETING EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: CASO BOBALAB IBARRA.....

55-56

EVASIÓN FISCAL EN NEGOCIOS INFORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA: CASO DE ESTUDIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA EN YAHUARCOCHA 2022

57-58

INCIDENCIA DE LAS VENTAS EN LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES, ESTUDIO DE CASO EMPRESA CAMPO FÉRTIL SUCURSAL IBARRA
59

CALIDAD DEL SERVICIO PARA LOS CLIENTES EN LA EMPRESA IMPORTADORA AUTOMOTRIZ FLORES.....
60-61

NEUROMARKETING: EL PODER DE LA ATENCIÓN VISUAL EN LOS AFICHES PUBLICITARIAS
62-63

CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA DIMA.....
64-65

PERCEPCIÓN DE PRECIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES APLICANDO NEUROMARKETING VISUAL.....
66-67

APROVECHAMIENTO DEL COMPLEJO DE PUCARÁS DE PAMBAMARCA DEL CANTÓN CAYAMBE, PARA LA GESTIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO.
68

QHAPAQ ÑAN Y EL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO PAMBAMARCA EN ECUADOR: EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....
69

ESTRATEGIAS DE TURISMO SUSTENTABLE PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y SOCIOCULTURAL DE LA PARROQUIA SALINAS.....
70

PERCEPCIÓN VISUAL DEL MERCHANDISING DE LA MARCA ZARA.....
71

LA INFLUENCIA DE LA MARCA EN EL PACKAGING PARA LA TOMA DE DECISIONES Y ENGAGEMENT DEL CONSUMIDOR: CASO PACARI.
72

RIESGO ERGONÓMICO DEL PERSONAL DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD DEL CANTÓN IBARRA
73-74

LA EDUCACIÓN ECUATORIANA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO ENFOCADO EN LA POBREZA Y LA DESIGUALDAD.....
75

EL IMPACTO DE LA INSEGURIDAD EN LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA DEL ECUADOR: ENFOCADO A LAS CRISIS CARCELARIAS Y EL RIESGO PAÍS.
76-77

LA INNOVACIÓN Y SU PAPEL EN EL ÉXITO EMPRESARIAL CON FACTORES TECNOLÓGICOS EN EL MANEJO DOCUMENTAL DE LA MICROEMPRESA FÁBRICA "JOLENE" DE ANTONIO ANTE.
78-79

IMPACTO ECONÓMICO POSTPANDEMIA COVID-19 EN IMBABURA
80

LA INFLUENCIA DEL ESTRÉS EN EL RENDIMIENTO LABORAL DE LOS

DOCENTES DE LA FACAE.....

81

RESPONSABILIDAD SOCIAL: UTOPIA O REALIDAD EN UNA GESTIÓN PÚBLICA DE CALIDAD.....

82-83

ANÁLISIS COMPARATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO-FINANCIERO POR LA PANDEMIA COVID-19 Y SU REACTIVACIÓN ECONÓMICA EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN URCUQUÍ.....

84-85

INCIDENCIA DEL ESTILO DE LIDERAZGO EN LA SATISFACCIÓN LABORAL EN EL SUPERMERCADO TÍA DE ATUNTAQUI Y SANTA MARÍA DE OTAVALO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA – ECUADOR

86-87

SUBEMPLEO E INVERSIÓN PÚBLICA EN ECUADOR, ANÁLISIS COMPARATIVO A NIVEL NACIONAL Y DE LA REGIÓN NORTE DE PLANIFICACIÓN XAVIER DÁVALOS G. .

88-89

EVALUACIÓN DEL RIESGO DE QUIEBRA FINANCIERA DEL SECTOR COMERCIO AL POR MAYOR, EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID -19.....

90-91

GRADO DE DIGITALIZACIÓN DE LAS MIPYMES DE IBEROAMÉRICA.....

92

PROMOCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE PARA EL BUEN VIVIR DEL ADULTO MAYOR EN QUINCHUQUÍ - OTAVALO

93

LA TRAZABILIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTROS PARA LAS PYMES LÁCTEAS.....

94



PRESENTACIÓN

Es un privilegio presentar este libro de memorias de las II Jornadas Internacionales de Gestión y Costos Ante los Desafíos del Siglo XXI - desarrollado los días 27, 28 y 29 de junio del 2023; una obra que no solo relata experiencias y lecciones aprendidas a lo largo de la carrera profesional sino experiencias de aula en el campo académico científico y experiencial del mundo administrativo, contable y legal en torno a la gestión a través de una visión profunda y reflexiva sobre los desafíos y las oportunidades que enfrentan las organizaciones en la actualidad.

En este libro, se plasma los resúmenes de las diferentes ponencias que, en su viaje personal y profesional, compartieron con nosotros los autores a través de experiencias académicas que han enfrentado con éxito y desafío. Desde sus primeros pasos en el mundo de la gestión y la contabilidad cada resumen contribuye con valiosos aportes para aquellos que buscan comprender el arte de la gestión empresarial y la contabilidad.

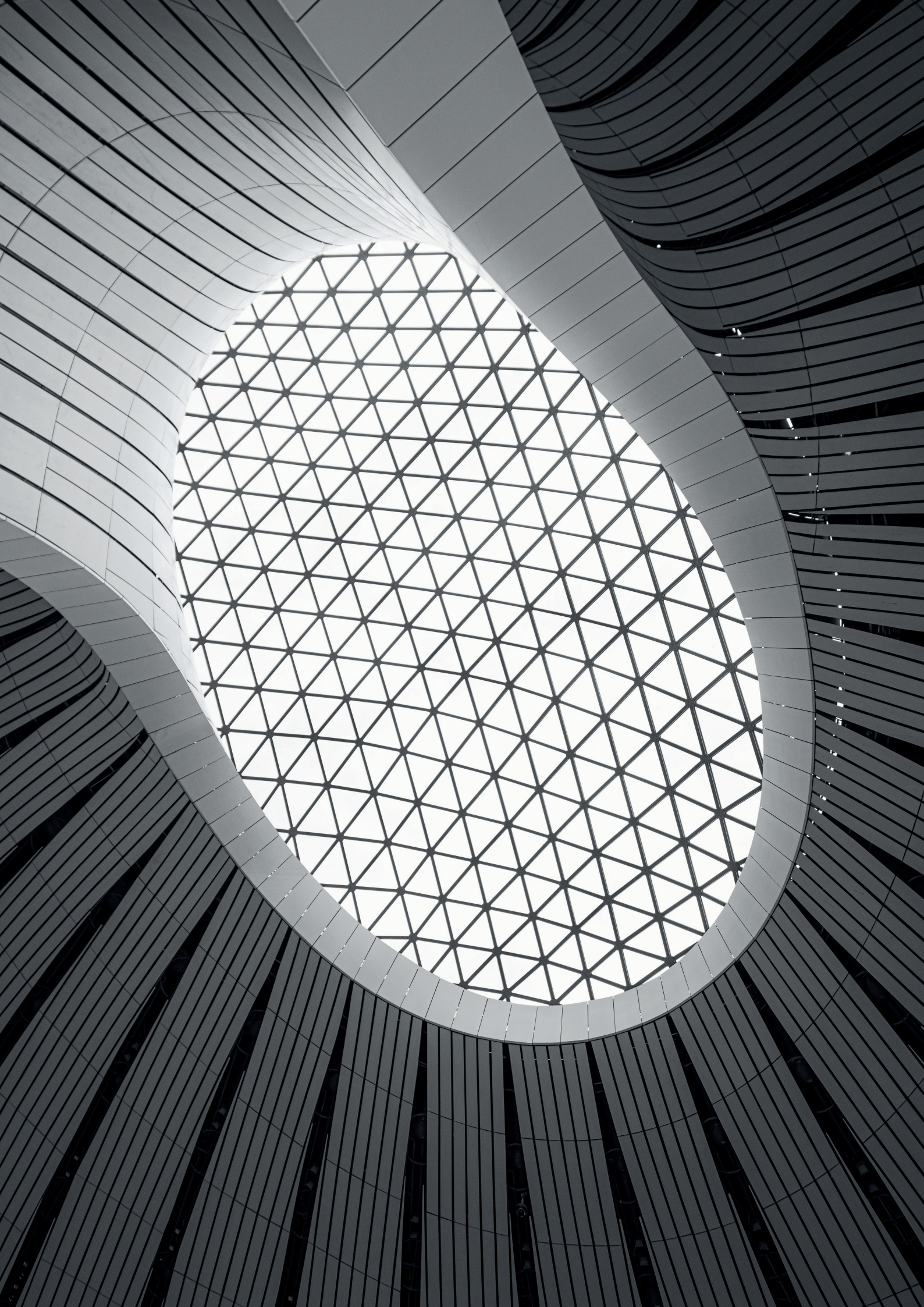
La gestión empresarial es un campo dinámico y complejo que requiere habilidades y conocimientos sólidos en áreas como la estrategia, la planificación, el liderazgo y la toma de decisiones. En este sentido, los autores ponen en conocimiento a la comunidad académica los principales aspectos de la gestión empresarial, desde el análisis financiero hasta la gestión del talento humano, proporcionando consejos prácticos y herramientas útiles para navegar por un entorno empresarial en constante cambio.

Pero más allá de las técnicas y metodologías, este libro es también una historia de estudiantes y docentes que, a través de experiencias de aula, nos muestran la importancia del trabajo en equipo, la colaboración y el liderazgo inspirador en la consecución de metas comunes. Nos recuerda que, detrás de cada decisión, hay sueños, aspiraciones y valores, y que el éxito verdadero se alcanza cuando se reconoce y se valora el potencial humano.

Este libro es, en última instancia, un llamado a la acción para todos aquellos que están comprometidos con la excelencia académica y la búsqueda de la eficiencia y la rentabilidad. Nos desafía a cuestionar nuestras suposiciones, a desafiar y buscar constantemente nuevas formas de mejorar y crecer. Nos inspira a ser líderes visionarios, innovadores y éticos que no solo buscan el éxito personal, sino también el bienestar y el progreso de sus organizaciones y comunidades.

Este libro de memorias sobre gestión y costos es una obra indispensable para empresarios, directivos, estudiantes y cualquier persona interesada en comprender los principios fundamentales de la gestión empresarial y aprender de la experiencia y la sabiduría de uno de los grandes líderes empresariales de nuestro tiempo. A través de sus páginas, encontraremos inspiración, conocimientos prácticos y, sobre todo, una profunda reflexión sobre el papel y la responsabilidad de los líderes empresariales en la construcción de un futuro más próspero y sostenible para todos.

COMITÉ ORGANIZADOR



Inteligencia artificial como estrategia de innovación en empresas de servicios, una revisión bibliográfica

Pérez Gonzalo Álvaro Rene
Universidad Técnica del Norte
arperez@utn.edu.ec

Villegas Estévez Cristina Jaqueline
Universidad Técnica del Norte
cjvillegas@utn.edu.ec

Cabascango Jaramillo Janeth Carolina
Universidad Técnica del Norte
jccabascango@utn.edu.ec

Soria Flores Edwing Rolando
Universidad Técnica del Norte
ersoria@utn.edu.ec

RESUMEN

Es inconcebible el mundo actual sin los avances tecnológicos; por ello, uno de los más importantes y con gran impacto en el presente y futuro es la inteligencia artificial. Respecto del sector de las empresas de servicios, se realizó una revisión bibliográfica de artículos científicos, libros y revistas; como resultado se pudo apreciar la tendencia mundial a la aplicación de técnicas de inteligencia artificial y su repercusión en las distintas ramas de los servicios, apreciándose cuánto avanzó en su implementación y dándonos una idea clara lo que faltan por vencer. La humanidad, desde el origen de la computación digital, ha mantenido una constante investigación para facilitar algunas actividades inherentes a los seres humanos y el resultado es la automatización de innumerables procesos productivos como el almacenamiento de datos, cálculos de grandes números y desarrollo de herramientas de cómputo cada vez más poderosas.

Según Cockburn et al., (2018) la inteligencia Artificial tiene la capacidad de aumentar a un nivel insospechado la eficiencia de la actual economía; además, puede tener un mayor impacto al convertirse en un método de invención de uso general el cual permitiría remodelar la naturaleza del proceso de innovación y la organización de la I + D, lo que sugiere la probabilidad de la sustitución de los elementos rutinarios de la investigación intensiva por una investigación que aproveche la interacción generada por los grandes conjuntos de datos y los algoritmos de predicción mejorados. El objetivo de este trabajo es la realización de una búsqueda bibliográfica actualizada de artículos y trabajos especializados que acerquen el tema de la Inteligencia Artificial a las diferentes estrategias de innovación en diferentes ramas, específicamente en el área de las empresas de servicio. El presente estudio se respaldó en la búsqueda bibliográfica en bases de datos como Scopus, Scielo, Redalyc, Google Académico, Microsoft Academic Search, etc., de donde se recopiló artículos y publicaciones de primera línea en idioma español e inglés.

Se realizó una selección basada en la actualidad de dichos artículos y publicaciones, vinculados al tema objeto de trabajo, pero tratando de abarcar diferentes ramas de empresas de servicios que han introducido con éxito las inteligencias artificiales.

Jin et al., (2015) plantean que el rápido desarrollo de Internet ha traído aparejada la creación de nuevas tecnologías que han provocado un impresionante crecimiento de los datos que se procesan, lo cual se manifiesta en todas las áreas de la industria (p.10). Esto ha desencadenado un acelerado cambio en temas relacionados con la inteligencia artificial y el procesado de grandes volúmenes de datos.

Las tecnologías se han convertido en la solución óptima de la resolución de los problemas que escapan del alcance del ser humano debido a su limitada capacidad de retención de información y procesamiento de esta; en el mundo empresarial actual una de las ramas que se ha beneficiado enormemente con la introducción de Inteligencia Artificial (IA) en el procesamiento de datos es la rama de las empresas de servicio. La industria del ocio, del mercadeo, de atención a la población, de paqueterías y venta on-line han experimentado un crecimiento exponencial al aplicar técnicas IA en el procesamiento de pedidos y predicción de las necesidades de los clientes a través del análisis de los datos en redes sociales y otros medios a su alcance.

Palabras clave: Robótica, tecnología, automatización, ciencia, economía.

Análisis de la gestión administrativa en la cadena de valor para la exportación de productos

Lic. Ana Lucía Cuasapud
Universidad Técnica del Norte
alcuaspudm@utn.edu.ec

Msc. Ligia Beltrán
Universidad Técnica del Norte
libeltran@utn.edu.ec

Msc. Marcelo Vallejos
Universidad Técnica del Norte
hmvallejos@utn.edu.ec

Msc. Nelly Galiano
Universidad Técnica del Norte
negaliano@utn.edu.ec

RESUMEN

El entorno empresarial actual exige que las empresas fortalezcan sus estrategias competitivas mediante la correcta gestión; por eso, esta investigación tuvo como objetivo principal analizar la gestión administrativa en la cadena de valor para la exportación de productos de la empresa MiraFruits; mediante la identificación de los factores del macro y microentorno que influyen en la cadena de valor para la generación de estrategias que aporten al crecimiento empresarial. Se manejó un enfoque mixto con la aplicación de encuestas y entrevista como instrumentos de recolección de datos más el uso de la técnica documental. Tuvo un alcance descriptivo y correlacional visible en la comprobación de hipótesis y correlación positiva - directa de las variables del estudio.

Se generó conclusiones a través de un análisis inductivo empleado para caracterizar la cadena y determinar cómo las variables de estudio mantienen relación; para ello, se estableció la intervención de colaboradores de la empresa junto a sus clientes, quienes proporcionaron la percepción del giro del negocio y producción de las actividades primarias y secundarias, hasta denotar que la resiliencia y productividad es producto de una buena administración en cada área de la empresa. Cuando se habla de exportación de productos se consideran la calidad y cantidad; es decir, manejo efectivo de cronogramas, presupuestos, planes y proyectos que satisfagan a las exigencias del mercado internacional.

Palabras clave: gestión, administración, cadena de valor, exportación.

Accesibilidad turística en los museos de la ciudad de Ibarra, Ecuador

Rocío Alejandra Amaro Rodríguez
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
raamaro@pucesi.edu.ec

Tana Vanessa Palomeque Llerena
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
tpalomeque@pucesi.edu.ec

Grace Elizabeth Domínguez Ruiz
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
gedominguez@pucesi.edu.ec

Dennis Victoria Ortiz Cumbal
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
dvortiz@pucesi.edu.ec

RESUMEN

El turismo accesible es un fenómeno que se ha popularizado en los últimos años por el creciente nicho de mercado que implica a las personas con discapacidad, al permitir su participación en la actividad turística mediante la adaptación de cada espacio según sus necesidades y generar momentos de recreación y ocio sin sobreesfuerzos; no obstante, existen lugares como Ibarra que no favorecen a la práctica del turismo accesible. La desinformación y falta de investigación respecto a infraestructura y prestaciones complementarias requeridas, generó baja afluencia de visitantes con discapacidad; por lo tanto, la presente investigación tiene por objetivo analizar la gestión accesible en los museos de la ciudad de Ibarra, respecto a las necesidades de las personas con discapacidad física, visual y auditiva.

La metodología respondió a una investigación aplicada con enfoque mixto que analizó datos cuantitativos y cualitativos, obtenidos mediante la encuesta y observación; posteriormente, se realizó una evaluación de los museos de Ibarra incluyendo el tipo de accesibilidad. El museo Nicolás Herrera posee un nivel de accesibilidad convertible, mientras que el museo y centro cultural del Ministerio de Cultura del Ecuador posee un grado de accesibilidad practicable; en conclusión, ambos requieren adecuación y transformación de sus espacios para ser catalogados como accesibles.

Palabras clave: turismo accesible, museos, Ibarra, Ecuador

Propuesta metodológica para la gestión de la sostenibilidad financiera de la Cruz Roja Ecuatoriana sede Quito mediante el Balanced Scorecard.

Margarita Soledad Constante Proaño

Universidad de Otavalo

ep_msconstante@uotavalo.edu.ec

RESUMEN

El Balanced Scorecard es una herramienta que ayuda a la dirección estratégica de la organización, pues permite medir y evaluar el rendimiento de la institución a través de cuatro perspectivas: financiera, del cliente, procesos internos y de aprendizaje y crecimiento. Esta herramienta propuesta por Robert Kaplan y David Norton en 2002 organiza a las personas y recursos según los objetivos estratégicos e indicadores que forman parte del direccionamiento estratégico para la generación de valor. La implementación del Balanced Scorecard en la Cruz Roja Ecuatoriana se enfoca en monitorear constantemente el estado de la institución, conocer las variables críticas por las que atraviesa y corregir situaciones no favorables o mejorar aquellas variables estables relacionadas con la gestión financiera para mejorar la eficiencia gerencial de la organización y toma de decisiones más efectivas.

La propuesta metodológica de aplicación de Balanced Scorecard en la Cruz Roja Ecuatoriana parte de una metodología cualitativa de revisión bibliográfica que aplica métodos de exploración teórica, análisis y síntesis de documentos tales como: Plan estratégico institucional, Plan operativo anual y normas y leyes establecidas a nivel nacional e internacional para la gestión de este organismo, así como el análisis de los indicadores financieros; adicionalmente, se aplicó entrevistas a las autoridades de la institución para realizar el diagnóstico de los procesos medulares de Cruz Roja Ecuatoriana. Como resultado se identificó indicadores y variables para las perspectivas financieras, de clientes, procesos internos y procesos de aprendizaje - crecimiento para una mejor gestión y desarrollo institucional.

El Departamento de Planificación ejecuta la fase de gestión del cambio con indicadores de desarrollo que evidencian mejor conocimiento de la situación institucional y

MEMORIAS

requerimientos, seguimiento programático, almacenamiento verificable y ejecución oportuna y eficaz. En este contexto se espera conseguir: 1) Medición efectiva del desempeño desde las distintas perspectivas de BSC como finanzas, clientes, procesos internos, aprendizaje y crecimiento; 2) Toma de decisiones informadas y estratégicas; 3) Alcance de metas y objetivos de la institución alineando sus recursos; 4) Mejora de la sostenibilidad financiera a través del seguimiento de indicadores claves; 5) Mayor visibilidad y competitividad.

Palabras clave: Balanced Scorecard, rentabilidad, análisis financiero, sostenibilidad financiera.

Incidencia del branding empresarial en el proceso de fidelización de clientes

Emily Valeria Sevilla Cruz
Universidad Técnica del Norte
evseillac@utn.edu.ec

Mónica Cecilia Gallegos Varela
Universidad Técnica del Norte
mgallegos@utn.edu.ec

Ligia Isabel Beltrán Urvina
Universidad Técnica del Norte
libeltran@utn.edu.ec

Nelly Eliana Galiano Andrade
Universidad Técnica del Norte
negaliano@utn.edu.ec

RESUMEN

El valor de los activos intangibles para las empresas ha cobrado gran importancia por su aporte en criterios de diferenciación, creatividad e innovación; por tanto, es imperante identificar y evaluar el potencial de los activos intangibles como estrategia para alcanzar un posicionamiento empresarial, bajo un entorno altamente competitivo donde fluctúan un gran número de empresas que ofertan bienes y servicios. Las grandes empresas son quienes destinan una cantidad de fondos considerables para gestionar su marca e incluyen este proceso como estrategia para asegurar la transmisión de identidad empresarial en niveles internos y externos a la organización; pese a que la correcta gestión de marca o branding empresarial permite sostener a las empresas en entornos adversos, en Ecuador son escasas las empresas que gestionan su marca o miden su percepción, reduciéndose este tipo de prácticas a las grandes empresas; por tanto, no existe información suficiente sobre el potencial de este activo intangible o la efectividad de su gestión principalmente en medianas y pequeñas empresas.

La presente investigación, analiza la incidencia del branding empresarial en el proceso de fidelización de clientes de la empresa "La Huerta", bajo un enfoque mixto y alcance correlacional; donde se determinó la relación positiva entre las variables y dimensiones de estudio mediante el uso de coeficientes de Spearman y Pearson según la naturaleza de los datos. El punto de partida fue identificar el tipo de branding que utiliza la empresa, situándose en el tipo sustentable; por consiguiente, se determinó el nivel de fidelización de los clientes como una cartera fidelizada y sin perfiles detractores. Se constató que el branding empresarial se asocia con el proceso de fidelización de clientes y la gestión del activo intangible incide en la fortaleza de clientes fidelizados; además, se identificó a la gestión de marca como una posibilidad de ahorrar costos en la captación de clientes,

retención y reducción de doble proporción entre atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

En el proceso investigativo se destacó el aspecto de autenticidad empresarial y gracias a la medición de la percepción de marca sobre los clientes de la "La Huerta", se verificó la conexión entre lo que pretende comunicar la empresa con lo que perciben los clientes y la imagen que ellos poseen sobre la misma, destacándose la importancia de que las empresas sean coherentes con lo que dicen ser y son para crear relaciones duraderas y fidelizadas. Como resultado alteró las consideraciones y encasillamientos de las empresas agrícolas, que al ser productoras de bienes primarios se consideraban nulas en su capacidad de conectar su identidad empresarial con la de sus clientes y finalmente, demostrar el potencial de mejorar el valor de marca a través de los medios digitales.

Palabras clave: branding, fidelización, marca, gestión, activos intangibles.

Diseño de una ruta turística sostenible en la parroquia de Peguche, provincia de Imbabura.

Dennys Javier Rivadeneira Cañola
Universidad Técnica del Norte
djrivadeneirac@utn.edu.ec

Deisy Josefina Encarnación Castro
Universidad Técnica del Norte
djencarnacionc@utn.edu.ec

RESUMEN

Las rutas turísticas virtuales han cobrado impulso en los últimos años, gracias a los avances tecnológicos hasta convirtiéndose en un instrumento útil para los turistas; quienes pueden elegir entre múltiples opciones de destinos y acceder a información detallada de los servicios ofertados pero esas rutas turísticas aumentan la movilidad y crean una gran variedad de empleos directos e indirectos. En la parroquia de Peguche pocos son los prestadores de servicios turísticos, quienes no cuentan con un plan estratégico de promoción ni información suficiente en páginas y plataformas digitales; por ello, el objetivo principal de la presente investigación fue diseñar una ruta turística sostenible que incluyan elementos virtuales para el fortalecimiento de la afluencia turística en Peguche, provincia de Imbabura.

La metodología se fundamentó en la investigación bibliográfica, para la revisión de los componentes teóricos del proyecto y la investigación de campo, para el levantamiento de información y el análisis turístico territorial de la oferta y demanda con el uso de técnicas como la entrevista, encuesta y observación, tendientes a elevar un inventario de atractivos turísticos; adicionalmente, se usó la investigación aplicada al diseño de rutas turísticas, paquetes turísticos y realidad virtual. Como resultado de la presente investigación se logró desarrollar una ruta turística sostenible que promueva la afluencia hacia Peguche y genere nuevas fuentes de ingreso para toda la comunidad. El uso de la tecnología en el campo turístico constituye una herramienta valiosa que fortalece a sectores que cuentan con servicios y atractivos turísticos.

Palabras clave: Ruta turística, realidad virtual, sostenible, turismo.

Análisis de la educación contable y su impacto en la aplicación de costos. Un caso norecuatoriano

Gloria Esperanza Aragón Cuamacás
Universidad Técnica del Norte
gearagon@utn.edu.ec

Rosa Elena Rodríguez Trejo
Universidad Técnica del Norte
rerodriguez@utn.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación se enfoca en analizar la educación contable y su impacto en la aplicación de costos; pues el estudio del costeo es esencial en el mundo de los negocios, ya que las empresas según su naturaleza –sean industriales o de otra índole– necesitan optimizar sus recursos y contar con una adecuada planificación y gestión presupuestaria. Para analizar el contexto de costos fue importante la verificación de los aportes efectivos en los educandos contables universitarios, quienes necesitan del fortalecimiento en sus competencias estudiantiles para el desarrollo del aprendizaje; porque la práctica asertiva de costos repercute en el desempeño profesional tanto en empresas públicas como privadas.

De acuerdo con la metodología de investigación descriptiva y exploración de campo, se obtuvo la opinión de 30 estudiantes universitarios que cursan la asignatura de contabilidad de costos en la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica del Norte. Los resultados obtenidos fueron significativos, al encontrar que el 33% de los participantes afirmó que su nivel de educación contable en costos aporta significativamente a su educación contable; de la misma forma, el 43% de los encuestados manifestó que su formación universitaria es muy buena, porque aporta al desarrollo profesional. El 23% de los informantes expresó que su nivel de conocimientos es bueno y que el fortalecimiento de la enseñanza aprendizaje requiere de una práctica colaborativa con participación directa de los educandos; aunque las principales dificultades en la gestión contable desembocan en la falta de control, mala asignación de tiempos en los procesos productivos, escasa planificación presupuestos y cumplimiento de su ejecución en escenarios que repercuten en una adecuada gestión de costos. El análisis de resultados incentiva la generación de nuevos recursos educativos que fortalecen las competencias estudiantiles, mediante la atención académica y el entrenamiento planificado en métodos de uso y sistemas de costos aplicados a estándares internacionales contables, con miras a comprender la información financiera enfocada en la sustentabilidad, control de procesos, identificación de riesgos y aprovechamiento de oportunidades relacionadas con la sostenibilidad.

Asimismo, el incentivo en la educación contable –con aplicación de principios y formación en valores humanos– son fundamentales para su aplicación práctica en el contexto global, sostenibilidad empresarial y cuidado ambiental; para que los estudiantes apliquen sus conocimientos enmarcados en la ética y transparencia con aporte técnico y criterio humanista que elevan el sentido de responsabilidad social hacia la sustentabilidad y participación activa en la toma de decisiones de acuerdo al ámbito profesional en el que se encuentren.

Palabras clave: Educación contable, estudiantes, costos, empresa

Manual de procedimientos para la optimización de recursos del área contable y financiera. Caso Universidad de Otavalo

Tituaña Perugachi Jessica Maricela
Universidad de Otavalo
jtituania@uotavalo.edu.ec

De La Torre Altamirano Marina Soledad
Universidad de Otavalo
mdelatorre@uotavalo.edu.ec

RESUMEN

Parte importante de la gestión y administración de las empresas corresponde a los procesos y procedimientos del área Contable y financiera; que son el núcleo clave dentro de la organización e integran un número indeterminado de actividades que –de no estar organizadas de una forma clara y lógica– suponen la pérdida de tiempo, dinero, recursos e información institucional. El incremento de la tecnología y proceso de globalización hacen que cada vez las empresas deban estar a la par de todas las herramientas que fomentan una buena administración; en consecuencia, los manuales de procedimientos surgen como una respuesta para que toda la información y experiencia que posee el personal de una empresa no pierda su valor y centre su atención en la identificación de todas las actividades que conforman el área para su optimización.

El presente trabajo tiene el objetivo de elaborar un Manual de procedimientos del área contable financiera de la Universidad de Otavalo para la optimización de sus recursos; fue una investigación con enfoque mixto pues obtuvo datos clave que sustentaron el fenómeno investigado. A nivel exploratorio fue un tema poco estudiado dentro de la institución, sin embargo, los diferentes conceptos y teorías determinaron la ruta de la investigación. Para la identificación de las necesidades existentes en el área involucrada; en primera instancia, se aplicó cuestionarios con preguntas cerradas al personal administrativo del vicerrectorado administrativo financiero, cuyos resultados ofrecieron un primer diagnóstico sobre el conocimiento y uso de manuales en el área; en segunda instancia, se aplicó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas para identificar procesos, subprocesos y procedimientos clave en el personal administrativo, quienes se supone conocen mejor que nadie estos procesos que forman parte de sus actividades diarias; por último, se aplicó una entrevista a la gerencia sobre la percepción de la importancia y uso de herramientas como las propuestas, estos resultados finalmente fueron procesados, interpretados y plasmadas en tablas y figuras del presente trabajo.

Como resultado del levantamiento de la información sobre procesos y procedimientos orientados a mejorar el uso de los recursos, se obtuvo un manual acorde a las necesida-

des institucionales, cuyo contenido proporcionó herramientas que permitirán mejorar la eficacia y eficiencia contable y financiera, que conducen al perfeccionamiento del servicio. La estructura organizativa que presenta un Manual de procedimientos del qué hacer y la ruta de actuación de quienes conforman esta área, es fundamental para el aprovechamiento de la información, tiempo, dinero, experiencia y demás recursos. En conclusión, la gerencia debe velar por el buen uso que se dé a esta herramienta, así como su socialización, seguimiento y constante actualización; el área directiva debe comprender no solo la necesidad de su implementación sino la réplica del manual en las demás áreas institucionales.

Palabras clave: Manual de procedimientos, área contable y financiera, optimización.

La normalización de información financiera y su incidencia en el control de gestión estratégica de empresas productoras de licores de la República del Ecuador.

Sandra Elena Saltos Cruz.

Universidad de Otavalo

ep_sesaltos@uotavalo.edu.ec

RESUMEN

En la última década, el control de gestión ha tomado un papel preponderante para el proceso de toma de decisiones. La industria licorera ecuatoriana compite directamente con la industria internacional por un lugar en los mercados; mismos que se vuelven desleales debido a varios factores tanto internos como externos, como las políticas fiscales ecuatorianas que se vuelven contra este sector productivo que ya se encuentra al borde de la quiebra: un ejemplo de esto vemos en el cobro del ICE que aumenta a una botella de Ron de 750ml el valor de \$2.70 a pesar de la ley seca aplicada durante 2 años de pandemia. "En Ecuador un 20% de las ventas de bebidas alcohólicas se da en el mercado informal, que incluye productos de contrabando, falsificados y adulterados." (Cobo, 2023), además del bajo costo de los licores importados. En el país, son inconmensurables los esfuerzos de las PYMES por alcanzar la sostenibilidad y ser competitivos; para esto, una de las medidas a tomar es generar razonabilidad de cuentas, eficiencia operativa y cumplimiento normativo. El uso de normalización de información financiera proporciona un conjunto de lineamientos que permiten a las organizaciones alcanzar un estándar de gestión de información financiera; en este sentido, los modelos de gestión estratégica requieren de estructuras de datos e indicadores que faciliten el proceso decisorio de alta gerencia.

El objetivo de esta investigación fue determinar la influencia que tiene la normalización de información financiera en el control de gestión estratégica de las empresas productoras de licores de la República del Ecuador; se aplicó una encuesta virtual diseñada en la plataforma informática Google Forms a una muestra de 213 empresas productoras de licor, cuyo instrumento se diseñó con las dimensiones fundamentales de las variables de normalización de información financiera y control de gestión estratégica. Para el análisis de calidad métrica instrumental se usaron procedimientos de análisis de fiabilidad (Alfa de Cronbach) y validez de constructo (Análisis Factorial Confirmatorio), y para conocer la asociación estadística, se estudió a priori el supuesto de normalidad (Kolmogorov Smirnov) y la correlación con el estadístico Rho de Spearman. Los resultados evidencian que el instrumento tiene consistencia interna (Alfa = 0,93) y validez de constructo (KMO= 0,89; Sig<0,05; VTE=0,78; Varimax=11 factores); además, se estima un grado alto de

correlación (Rho Spearman inter dimensional $>0,6$; estadística significativa $< 0,05$) entre las dimensiones: propiedades, planta - equipos e inventarios (variable normalización de información financiera) y las dimensiones: perspectiva de procesos internos y aprendizaje y crecimiento (variable control de gestión estratégica). Se concluye que existe alta influencia entre las variables de estudio y cabe diseñar un modelo de gestión estratégica con base en información financiera estandarizada.

Palabras clave: NIIF, balanced scorecard, Spearman, flujo de efectivo, estados financieros.

Análisis de la gestión presupuestaria y financiera del Registro de la Propiedad del cantón Ibarra en base a la ejecución presupuestaria del año 2021

Sarmiento Portilla Daniela Mariana
Universidad de Otavalo
ep_sesaltos@uotavalo.edu.ec

Shuir Ichau Alexandra Patricia
Universidad Técnica del Norte
apshuiri@utn.edu.ec

RESUMEN

El Registro de la Propiedad del cantón Ibarra creado en 1930, brinda a la ciudadanía e instituciones servicios registrales de calidad y con seguridad jurídica inmobiliaria, contribuyendo al desarrollo económico; sin embargo, su problemática es la inadecuada planificación presupuestaria desde el año 2021, como refleja el árbol de problemas que determina las causas y efectos. El objetivo general de la presente investigación fue analizar la gestión presupuestaria y financiera con base en la ejecución presupuestaria del periodo 2021, mediante el uso de herramientas y técnicas administrativas, presupuestarias y financieras, para verificar el grado de cumplimiento de las metas institucionales. Los objetivos específicos del estudio fueron: identificar la problemática de la entidad; establecer la fundamentación teórica a través de la búsqueda de información que ayuden al desarrollo de la investigación; determinar la metodología del trabajo investigativo con procedimientos, técnicas de análisis e instrumentos de recolección de información, y establecer el comportamiento del RPI con la finalidad de analizar los resultados, redactar el informe, establecer conclusiones y brindar posibles alternativas de solución. En la metodología se aplicó un enfoque mixto [investigación cuantitativa y cualitativa] con alcance deductivo, descriptivo, analítico y comparativo, lo que permitió evaluar la problemática y usar técnicas aplicadas como la observación, entrevista y encuesta; además de instrumentos cualitativos como: videograbadora, filmadora, cuaderno de notas, ficha de observación etc., e instrumentos cuantitativos como: cédulas presupuestarias de ingresos y gastos, matriz de ejecución presupuestaria, matriz de indicadores, matriz de riesgo y reporte de archivos.

Los resultados obtenidos reflejan un 73% de ejecución y reflejan deficiencias como la falta de control en el seguimiento a la ejecución presupuestaria, actuación sin rigurosidad ante los hechos e inadecuado desarrollo de las actividades organizativas, que invariablemente conducen a la aparición de riesgos como el no cumplimiento de objetivos y falta de control; además, la mala planificación institucional es producto

de la falta de comunicación entre el personal departamental, los eventuales cambios gubernamentales, y la inexistencia de un sistema de gestión y calidad. Entre las correcciones realizadas al presupuesto durante su ejecución, surge el aumento de gastos y reformas innecesarias que no son ejecutadas al 100%.

Palabras clave: Gestión presupuestaria, gestión financiera, cédulas presupuestarias, planificación presupuestaria, gestión administrativa.

Guía administrativa, contable y tributaria para emprendedores

Jorge Patricio Salcedo Fonseca.

Universidad de Otavalo.

ep_jpsalcedo@uotavalo.edu.ec

RESUMEN

Todas las personas generamos día a día ideas, las cuales se pueden convertir en negocios de acuerdo con los cambios continuos de la economía y el incentivo generado por el sistema educativo en la capacidad emprendedora. En el Ecuador, el emprendimiento desempeña un papel importante en relación con el crecimiento socioeconómico; sin embargo, su gran mayoría no llega a un proceso de madurez empresarial por falta de conocimiento administrativo, financiero y tributario; más aún, cuando nuestra normativa se modifica constantemente. El objetivo de desarrollar la Guía administrativa, contable y tributaria para emprendedores en Ecuador, pretende generar una herramienta fundamental para aquellos que deseen iniciar un negocio en el país y mantenerlo en el tiempo, siempre que responda al dinámico entorno y evolución empresarial. Para alcanzar dicho objetivo, se realizó una investigación documental y descriptiva que detalla de manera ordenada y sistémica las normas y procesos administrativos, financieros y tributarios en un documento de apoyo para emprendedores; que incluye la inscripción de la empresa en el Registro Mercantil y la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), con propósitos fiscales y según el tipo de empresa como licencias y permisos necesarios para operar.

En cuanto a las obligaciones contables en Ecuador, los registros precisos de los ingresos, gastos, activos y pasivos de la empresa seguirán las normas contables establecidas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. En el ámbito tributario, los emprendedores deben cumplir con las obligaciones fiscales establecidas por el Servicio de Rentas Internas (SRI), como el pago oportuno del Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto a la Renta y los aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS); es importante prestar atención a las fechas límite de presentación y pago de impuestos para evitar sanciones y multas. Con relación a la gestión administrativa, incluye el flujo de efectivo, control de inventarios, elaboración de presupuestos y planificación administrativa-financiera a corto y largo plazo.

En resumen, la Guía administrativa, contable y tributaria para emprendedores en Ecuador es un instrumento esencial para establecer y gestionar un negocio de manera exitosa, cumplir con las obligaciones legales y fiscales, mantener una contabilidad adecuada y planificar estratégicamente el crecimiento y la sostenibilidad de cualquier emprendimiento; con la posibilidad de aprovechar las oportunidades que brinda la

actual Ley Orgánica para el Fortalecimiento de la Economía Familiar emitida en el Decreto presidencial 742, que favorece al sector empresarial y particularmente a los emprendimientos.

Palabras clave: Emprendimiento, gestión, Decreto 742

La pachamanca, ritual de alimentación ancestral en los andes del Ecuador

Lizeth Aracely Chamorro Madruñero
Universidad Técnica del Norte
lachamorrom@utn.edu.ec

Verónica Estefanía Revelo Madruñero
Universidad Técnica del Norte
verevelom@utn.edu.ec

Victoria Geovanna Ruiz Erazo
Universidad Técnica del Norte
vgruiz@utn.edu.ec

Dennis Victoria Ortiz Cumbal
Universidad Técnica del Norte
dvortiz@utn.edu.ec

RESUMEN

La pachamanca es una técnica de cocina ancestral utilizada por las comunidades indígenas de los andes ecuatorianos; que consiste en cocer alimentos utilizando piedras al rojo vivo, luego de introducir en un agujero grande cavado en la tierra. La comunidad realiza un ritual ancestral donde piden permiso a la madre tierra para preparar los alimentos y posteriormente compartir todos los productos en una pambamesa (mesa general).

La presente investigación tuvo por objetivo analizar las prácticas actuales de la pachamanca en tres comunidades de la parroquia de Angochagua, provincia de Imbabura, Ecuador. Como metodología se utilizó la investigación bibliográfica con la revisión de artículos científicos que permitieron conocer el origen de esta actividad; se aplicó también, la Investigación Etnográfica haciendo énfasis en la observación de campo, entrevistas y levantamiento fotográfico para conocer aspectos sobre la historia, proceso de elaboración, valor nutricional de los alimentos, cosmovisión, carácter festivo y participación social.

Como resultado, se determinó que los estudios a profundidad sobre la pachamanca en el país son escasos y superficiales; puesto que, no está vigente como elemento propio de la cultura, sino como una costumbre conocida en la tradición oral. Por ello, es necesaria la revalorización para fortalecer los conocimientos que se poseen e incentivar la investigación científica, con la finalidad de conservar el carácter espiritual junto a la tradición culinaria.

Palabras clave: Pachamanca, ritual, alimentario, Angochagua, Ecuador

Diseño de un procedimiento para la estandarización de procesos en empresas agroproductivas de Manabí como vía de incremento de su competitividad

Jorge Patricio Salcedo Fonseca.

Universidad de Otavalo.

ep_jpsalcedo@uotavalo.edu.ec

Mg. Roberto Orlando Bello Parra

Escuela Superior Politécnica

Agropecuaria de Manabí

rbello@espam.edu.ec

RESUMEN

El estudio realizado tuvo como objetivo estructurar un procedimiento para la estandarización de los procesos en Pymes agroproductivas manabitas, que contribuya de manera directa al incremento de su competitividad tanto interna como externa. Para ello, se aplicó una investigación de tipo exploratoria, descriptiva y bibliográfica que permitió obtener información relevante acerca de la situación de estas pequeñas y medianas empresas agroproductivas, que justificaron la necesidad de estandarizar procesos clave para que los resultados obtenidos estén alineados a los objetivos estratégicos contemplados en su planificación, además de la misión y visión.

Se emplearon métodos teóricos como el inductivo-deductivo, analítico-sintético y prácticos como el Delphi, para la definición de los criterios de validación del procedimiento por los expertos previamente seleccionados; quienes contribuyeron a la estructuración del procedimiento aplicando una metodología ya validada en investigaciones precedentes. El procedimiento fue evaluado por expertos, obteniéndose un valor de consenso mediante el coeficiente Kendall de 0,657; que demostró la pertinencia y aplicabilidad de la propuesta realizada en las Pymes agroproductivas manabitas con sus particularidades.

Palabras Clave: Procedimiento, estandarización, pymes agroproductivas, procesos, competitividad.

Trascendencia de la domesticación del cacao: análisis Ecuador y México

María Dolores Quintana Lombeida

Tecnológico Internacional Universitario

maria.quintana@iti.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación aborda la historia de la domesticación del cacao, cuyo nombre científico es *Theobroma cacao* que significa "fruto de los dioses". Desde fuentes bibliográficas y la técnica de la entrevista, se analizó la novísima información al respecto de las variables halladas hasta 2015, donde se comprobó que la domesticación del cacao databa de hace 3.500 años a.C.; es decir, antes de la domesticación en México hace 2.000 años a.C. En Ecuador, el cacao fue domesticado en Palanda, un cantón de la provincia de Zamora Chinchipe en la Amazonia.

Los resultados determinan que dichos hallazgos no son aprovechados y los descubrimientos que identifican a Palanda como origen de la domesticación del cacao, no han sido difundidos; pues, la mayor parte de la literatura señala a México como cuna de la domesticación del cacao. No existe una adecuada socialización de este producto altamente relevante para la economía y la cultura ecuatoriana.

Palabras Clave: Domesticación de cacao, patrimonio, Ecuador, México.

Tuna, un alimento endémico como alternativa antiinflamatoria

Msc. Santiago Falcón
sifalcon@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Msc. Carlos Aguinaga
caaguinaga@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

Msc. Rocío Castillo
recastillo@utn.edu.ec
Universidad Técnica del Norte

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo brindar una alternativa natural antiinflamatoria a partir de un producto originario de América del Sur; este producto ha sido aprovechado de mejor manera en México y Europa a partir del siglo XVI, especialmente en Italia. La tuna se produce en climas desérticos y cálidos como el Valle del Chota en Imbabura, Ecuador; futa orgánica que según indicios encontrados en investigaciones del Tecnológico de Monterrey, podría desinflamar la próstata sin efectos secundarios, como hacen los fármacos y procedimientos quirúrgicos.

La presente investigación fue de tipo experimental y para el procedimiento de deshidratación de los componentes estudiados se usó un deshidratador más una ficha de registro y evidencia filmica, en donde se recolectó información relevante del proceso, las características pre y pos-deshidratación, temperaturas, texturas, etc. Para conocer los valores físico-químicos de los resultados de deshidratación, se envió al laboratorio de la facultad de Ciencias Químicas de la Universidad Central del Ecuador; examen fitoquímico que ayudó a corroborar las características medicinales que posee. El proceso se llevó a cabo en un horno que trabaja a una temperatura y tiempo específico dependiendo del producto a deshidratar, en este caso: Tuna: a 57 grados centígrados, por 24 horas; espinacas: a 63 grados centígrados, por 4 horas, y manzana: 63 grados centígrados, por 12 horas.

En el análisis del compuesto se encontró componentes como los flavonoides que son sustancias provenientes de los vegetales [espinaca, tuna y manzana] que producen un efecto antiinflamatorio en el cuerpo humano, frenan procesos inflamatorios, ayudan en episodios de dolor y actúan en estados febriles ayudando a la inhibición de ciclooxigenasa que es la enzima encargada de la síntesis de las prostaglandinas. Actúa como antihipertensivo que hace la función de diurético, disminuye el volumen sanguíneo y baja la tensión en las paredes de las arterias; además, sirve de bloqueadores de adrenérgicos alfa cuyos neurotransmisores (noradrenalina) tienen una acción vasoconstrictora, bloquea los canales calcio y evita que haya contractura del musculo en la pared de

los vasos sanguíneos, de esta manera disminuye la resistencia vascular.

El compuesto tiene altos niveles de sustancias antiinflamatorias y analgésicas como los flavonoides y la cumarina; por lo tanto, podría desinflamar ciertos episodios inflamatorios u órganos como la próstata, pero en sus primeras fases de inflamación llamada hiperplasia prostática benigna, pero se debería hacer un estudio de campo en una segunda fase para aprovechar de la tuna –considerada alimento endémico de América del Sur– su carácter medicinal.

Palabras Clave: alimento endémico, alternativa antiinflamatoria, tuna.

Reconocimiento.

Por el aporte sobre el análisis e interpretación de manera técnica de los resultados de laboratorio del compuesto a base de tuna al:

Lic. Javier Garrido Mantilla

Técnico Laboratorista clínico e histotecnología

Laboratorio del Banco de Sangre del Hospital Militar – Quito, Ecuador

Innovación culinaria en Imbabura: platos tradicionales con técnica Sous Vide

Emilio José Navarrete Tapia
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
ejnavarrete@pucesi.edu.ec

Christian Eduardo Pozo Cevallos
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
cepozo@pucesi.edu.ec

Esteban Gonzalo Rubio Rueda
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
erubio@pucesi.edu.ec

Dennis Victoria Ortiz Cumbal
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
dvortiz@pucesi.edu.ec

RESUMEN

A lo largo de la provincia de Imbabura existen diferentes comunidades o pueblos indígenas que han sabido conservar la forma tradicional y ancestral de preparar los alimentos, mediante hornos de leña que dejan ese sabor a ahumado y hace especial sus elaboraciones; un ejemplo es el cuy asado, una carne tan exquisita y muy consumida por los habitantes del sector, quienes aún preparan dando la vuelta con la ayuda de un palo en su cocción a la parrilla, cuya fuente de calor principal es la leña. Poner en valor la gastronomía imbabureña mediante la aplicación de la técnica de cocina al vacío o sous vide es una alternativa válida que usa este reconocido método de cocción de alimentos envasados al vacío y sumergidos en agua a una temperatura controlada y constante durante un período de tiempo prolongado permitiendo innovar en materia gastronómica; más aún, cuando en Imbabura no existe un restaurante de alta cocina que utilice técnicas de vanguardia y es ahí donde nace la motivación de dar a conocer los beneficios de la nueva técnica.

La presente investigación tiene por objetivo realizar una propuesta gastronómica enfocada en la cocina imbabureña con una nueva perspectiva de cocción al vacío, para rescatar ciertas preparaciones y dar a conocer los beneficios que tiene esta cocción. La metodología se enfocó en una investigación mixta a través de la aplicación de encuestas a los habitantes de los seis cantones; además, se empleó la investigación cualitativa con entrevistas semiestructuradas aplicadas a expertos en el tema. Entre los resultados más relevantes se encontró que dentro de la provincia de Imbabura no existe un conocimiento acerca del uso y beneficios que tiene cocinar con esta técnica y los establecimientos gastronómicos de alta cocina son escasos. Dar a conocer las propiedades elevadas de esta técnica para que los futuros profesionales se adentren en la cocina de vanguardia, fue otro fin de este estudio académico.

Palabras Clave: Sous Vide, cocina al vacío, gastronomía imbabureña.

Técnicas vanguardistas en preparaciones tradicionales otavaleñas

Cristian Paul Tafur Perugachi
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
cptafur@pucesi.edu.ec

Ronny Kléver Soriano Olvera
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
rksoriano@pucesi.edu.ec

Dayané Mabel Arroyo Mera
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
dmarroyo@pucesi.edu.ec

Dennis Victoria Ortiz Cumbal
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra
dvortiz@pucesi.edu.ec

RESUMEN

La gastronomía tradicional otavaleña posee saberes, conocimientos e identidades y refleja costumbres preservadas de generación en generación en su cocina tradicional. Las técnicas vanguardistas de la cocina han logrado cambiar el mundo de la gastronomía, al relacionar las sensaciones y percepciones gastronómicas al momento de crear un platillo. La problemática identificada es que en la población otavaleña existe desconocimiento al momento de adquirir platillos gastronómicos de carácter tradicional, que estén elaborados a base de técnicas de vanguardia. La presente investigación plantea como objetivo desarrollar cuatro preparaciones tradicionales del cantón Otavalo, mediante el uso de técnicas de cocina de vanguardia para dar a conocer la oferta gastronómica del cantón. La metodología se enfocó en una investigación aplicada con enfoque mixto; se aplicó la encuesta con nueve preguntas cerradas a la población de Otavalo; entrevistas con preguntas abiertas a profesionales expertos en cocina, y posteriormente se aplicó la técnica de observación. Como resultado se logró la preparación tradicional otavaleña con técnicas vanguardistas: papas con cuero, cuy, higos con queso y colada morada. Otro de los resultados relevantes fue la preservación de la gastronomía tradicional otavaleña sin alterar el origen de las preparaciones. Se concluye que los platos tradicionales deben conservar su ADN y aunque se apliquen técnicas de vanguardia en la preparación gastronómica tradicional, hay que cuidar el alma de los géneros que conforma cada platillo.

Palabras clave: Gastronomía de Otavalo, cocina tradicional, técnicas de vanguardia.

Análisis de control interno de la gestión presupuestaria en el Cuerpo de Bomberos, cantón Ibarra - período 2021

Jonathan Rafael García Venegas
Universidad Técnica del Norte
jrgarciav@utn.edu.ec

Jessica Dayana Tamba Montenegro
Universidad Técnica del Norte
jdtambam@utn.edu.ec

RESUMEN

Hoy en día, tanto en las instituciones públicas como privadas a nivel local, nacional e internacional –a consecuencia de los cambios que se han dado en la políticas, gobiernos y globalización–, las nuevas formas de contratación pública se han modificado significativamente; lo que motiva el análisis de la gestión presupuestaria para conocer la eficiencia y eficacia ejecutada en las empresas públicas, por la deficiente gestión en los actuales gobiernos. Este fallo, incita a los profesionales a realizar actividades ineficientes respecto al destino de los recursos planeados que adolecen de la falta de cumplimiento de las metas orientadas al mejoramiento continuo de la calidad de vida de la población. Es indispensable implementar un control interno en las entidades públicas, para garantizar la transparencia y calidad en la gestión de los recursos económicos, además de prevenir pérdidas, fraudes o errores; de acuerdo con Quinaluisa, Ponce, Muñoz, Ortega, & Pérez (2018) el control interno es un proceso efectuado por el consejo de administración, la dirección y el resto del personal de una entidad, diseñado con el fin de proporcionar un grado de seguridad razonable en la consecución de objetivos, de eficiencia y eficacia en las operaciones, fiabilidad de la información financiera y cumplimiento de las leyes.

El objetivo de este estudio fue analizar el control interno de la gestión presupuestaria en el Cuerpo de Bomberos del cantón Ibarra durante el período 2021, con herramientas de gestión que permitan la identificación de la eficacia y eficiencia en el logro de los objetivos. Se utilizó la investigación cualitativa que partió con la entrevista dirigida a la máxima autoridad, departamento de procesos y administrativo financiero, mediante un cuestionario de control interno referente a la normativa vigente del manejo de las fases del ciclo presupuestario: programación, formulación, aprobación, ejecución, seguimiento y control, clausura y liquidación. De igual forma, se partió de la información pertinente hasta el riesgo inherente de la matriz de medición estratégica, para describir el riesgo administrativo o financiero en forma de cualidad: COSO I e ISO 31000 (2009) en el componente ambiente de control con los cinco primeros principios; además, se utilizó la investigación cuantitativa por medio de la norma ISO antes mencionada, se estimó la probabilidad, impacto e importancia del riesgo en la matriz de medición estratégica, dando la valoración en el caso de la probabilidad: 1 (improbable), 2 (probable), 3 (muy

probable); de importancia: 1 (nada significado), 5 (importante), 10 (muy importante), y de impacto: 1 (bajo), 2 (medio), 3 (alto). Finalmente, se implementó estadística a través de pruebas de hipótesis a las partidas 51, 53, 57 y 84 e indicadores presupuestarios, para conocer la eficiencia y eficacia del presupuesto planificado en el POA, PAC y cédulas presupuestarias.

Los resultados indicaron que 34 de 45 preguntas se cumplen en control interno, pero presentan deficiencias como: débil acceso a la información del plan estratégico en el periodo 2021, falta de control en las políticas de seguimiento y monitoreo de control interno y etapas del ciclo presupuestario, y planificación deficiente al no establecer asignaciones suficientes de recursos económicos para cumplir con las necesidades programadas en el año estudiado. Además, las pruebas de hipótesis e indicadores financieros demostraron que no se llega al 100% de eficiencia y eficacia, con una brecha de incumplimiento en las partidas presupuestarias de gastos (18%) e ingresos (17%) de la ejecución. Se concluye que el Cuerpo de Bomberos debe mejorar y reforzar el sistema del control interno en un 24%, para que en períodos futuros disminuya las brechas mencionadas y logre un desempeño eficiente y eficaz de la gestión del presupuesto.

Palabras Clave: Presupuesto, gestión, control interno, eficiencia, eficacia.

La diversificación de las exportaciones ecuatorianas y su relación con el crecimiento económico

Erick Acosta

Universidad Técnica del Norte

esacostaa@utn.edu.ec

RESUMEN

El impacto de la diversificación de exportaciones en el crecimiento económico de los países ha sido investigado a partir de los años setenta; época donde prevalecía el debate sobre si era más efectivo aplicar una política de sustitución de importaciones o apertura comercial para el desarrollo económico. No fue sino hasta 1983, cuando Feder estableció por primera vez un modelo que permitió contrastar esta relación al demostrar que las exportaciones inciden en las economías a través de dos canales: a) la productividad registrada en los sectores exportadores, y, b) las externalidades positivas desarrolladas en sectores no exportadores. Desde entonces, no solo resulta importante analizar las exportaciones en su forma agregada sino también conocer qué grupo de productos aporta de mejor manera a la expansión de la producción; esta incidencia varía de acuerdo con la estructura económica de cada país. "Se ha demostrado que las exportaciones afectan de forma positiva tanto a países primario-exportadores como industrializados, pero con un mayor dinamismo a países desarrollados" (Armijos, Ludeña, & Ramos, 2017); esto se explica por la alta elasticidad de ingresos que se percibe por la venta interna y externa de bienes con alto valor agregado, fuertes encadenamientos productivos y la generación de conocimientos para la elaboración de nuevos bienes y servicios (Ocegueda, 2003). Es necesario desconcentrar la producción y exportación hacia sectores más intensivos en tecnología como el sector secundario, debido a que permiten mejorar las perspectivas de crecimiento sobre todo de países en desarrollo (Reyes & Jiménez, 2012); además, países con una canasta de exportaciones concentrada en un solo sector producen en el largo plazo decrecimientos en el ingreso por habitante (Lederman & Maloney, 2003).

El presente estudio tiene como objetivo analizar la diversificación de las exportaciones ecuatorianas y su relación con el crecimiento económico en el periodo 2004-2021; para lo cual, se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo que permitió estimar el efecto causal de los grupos de productos exportables, que estimularon la expansión económica a través de la estimación de un modelo de regresión lineal múltiple (MCO) utilizando variables macroeconómicas (PIB, exportaciones de los sectores extractivista, primarias no petroleras no mineras y exportaciones no tradicionales industrializadas,

formación bruta de capital fijo y fuerza laboral) en valores corrientes (trimestral) obtenidas del Banco Central del Ecuador (BCE) y del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Los resultados indican que el crecimiento económico de largo plazo corresponde a las exportaciones del sector petrolero y minero y de bienes básicos (no petroleros no mineros) al observar una incidencia del 0.06% y 0.05% respectivamente; este resultado se explica principalmente porque el país no ha podido modificar su estructura productiva que le permita reducir la dependencia hacia los recursos naturales. Por otro lado, no se encontró significancia estadística para las ventas al exterior de los productos no tradicionales industrializados, aunque su signo es positivo y podría demostrar que si el sector secundario se fortalece dentro de la economía ecuatoriana el país podría obtener mayores beneficios del comercio internacional. Estos resultados permiten concluir que el Ecuador compite en el comercio internacional a través de factores básicos como los recursos naturales, clima, latitud, ubicación geográfica y no en factores de vanguardia como el talento humano calificado, innovación, tecnología y nuevo conocimiento (Mayorga & Martínez, 2008). Es necesario generar políticas de fortalecimiento industrial que permitan consolidar la participación de bienes industrializados en las exportaciones totales para reducir la volatilidad de ingresos percibidos por la variación de los precios internacionales de materias primas, que a su vez reducen la producción.

Palabras Clave: Diversificación, estructura productiva, industria.

Variación de las preferencias de consumo de turismo de los viajeros de la ciudad de Quito

Galo Oswaldo Echeverría Cachipuendo
Universidad Técnica del Norte
goecheverria@utn.edu.ec

Fabio Elton Cruz Góngora
Universidad Técnica del Norte
fecruz@utn.edu.ec

Jorge Armando Flores Ruiz
Universidad Técnica del Norte
jafloresr@utn.edu.ec

Victoria Geovanna Ruiz Erazo
Universidad Técnica del Norte
vgruiz@utn.edu.ec

RESUMEN

La llegada de la pandemia del COVID-19 a nivel mundial afectó directamente a la economía basada en los desplazamientos de personas, donde se sustenta la actividad turística. La población quiteña se ha convertido en uno de los mercados emisores de turistas internos más importantes del Ecuador y la capital del país constituye un centro económico, industrial y urbano ubicada como la segunda ciudad más poblada (INEC, 2019). Estas características hacen que sus habitantes tengan ingresos y capacidad de gasto en mayor volumen que en otras ciudades; a la vez, los destinos de visita en feriados y fines de semana son variados en Costa, Sierra y Amazonía. La ubicación geográfica proporciona cercanía a los destinos, desde todos los puntos cardinales.

El propósito de este estudio fue observar las variaciones de las preferencias de consumo turístico que han tenido los viajeros de Quito: antes, durante y después de la pandemia. El monitoreo realizado, a través de la metodología de estudio de mercado, recolectó datos primarios y aleatorios con la técnica de la encuesta aplicada en forma longitudinal (tres momentos): septiembre de 2019, junio de 2020 y mayo de 2022 a habitantes de edades entre 18 y 65 años, situados en diferentes zonas de la ciudad. Por otro lado, la recopilación de información secundaria surgió de páginas oficiales, boletines de turismo publicados, entre otros, para estudiar variables como preferencias de destinos, preferencia de servicios, preferencia y valoración de actividades, volúmenes de gasto y grupos acompañantes de viaje. Los resultados reflejan particularidades especialmente por la variable género y permite hacer una lectura clara del comportamiento de la población quiteña, respecto al consumo de turismo interno.

Palabras Clave: Turismo y viajes, preferencias de los viajeros de Quito, estudio de mercado,

Plan de marketing digital para la microempresa Sarab Design de la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura

María Judith Haro-Carrión
Universidad Técnica del Norte
mjharoc@utn.edu.ec

Maribel Pinargote-Yépez
Universidad Técnica del Norte
Impinargote@utn.edu.ec

Ángela Mikaela Posso Astudillo
Universidad Técnica del Norte
amposso@utn.edu.ec

RESUMEN

Sarab Design es una microempresa que se dedica a la comercialización de ropa de diseñador en la ciudad de Otavalo. El presente trabajo de investigación tiene como finalidad desarrollar estrategias de marketing digital para adaptar a los cambios de tendencias constantes, mantener la competencia en el sector y crear fidelización en el consumidor del sector textil. Se desarrolló un diagnóstico situacional para identificar, describir, analizar y evaluar la situación del sector, junto a una minuciosa revisión bibliográfica a través de un levantamiento de información secundaria. Para efectos metodológicos se aplicó el enfoque de investigación mixta y se abordó –tanto lo cualitativo cuanto lo cuantitativo– para comprender y explorar las percepciones, opiniones, deseos, actitudes y comportamiento de los consumidores; se usó técnicas de observación directa y encuestas. A través de la investigación cuantitativa se detectó los posibles insights, se generó hipótesis y tendencias de comportamiento. Las encuestas realizadas fueron aplicadas a una muestra de 383 personas de la ciudad de Otavalo; misma que fue obtenida a través de un estudio probabilístico con el cálculo de la fórmula finita por medio del muestreo estratificado con afijación proporcional a nivel parroquial: El Jordán y San Francisco como parroquias urbanas de Otavalo; con un nivel de confianza de 95% y error muestral del 5%, para medir el nivel de satisfacción y conocimiento de marca; además de las redes sociales preferenciales, métodos de pagos y compra y las necesidades, deseos y expectativas de los clientes potenciales entorno a la tienda de ropa de diseñador.

Se concluye que la propuesta mercadológica planteada debe responder a la actual situación postpandemia del país y aprovechar las redes sociales y nuevas tecnologías amparándose en el comercio electrónico, implementación de una tienda online y de market place a nivel internacional. Por lo tanto, es de suma importancia implementar estrategias de marketing digital dirigidas a clientes actuales y potenciales, para así implementar el plan de mercadeo propuesto e incorporar a una nueva plataforma en línea que posicione en el sector moda de diseñador. Se plantea un estudio financiero

que evalúe la viabilidad y rentabilidad del proyecto de marketing, estados financieros proyectados con escenarios optimistas, esperados, pesimistas, retorno de la inversión, análisis del costo y beneficio. Se espera que los resultados del plan de marketing digital ayuden a mejorar la rentabilidad de la empresa y el posicionamiento de la marca en el mercado, además de demostrar la importancia del marketing para una microempresa en la actualidad.

Palabras clave: Plan de marketing, moda, marketing digital, comercio electrónico, textil.

Análisis de la venta directa y marketing multinivel y su repercusión en el desarrollo productivo en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura

María Judith Haro-Carrión
Universidad Técnica del Norte
mjharoc@utn.edu.ec

Maribel Pinargote-Yépez
Universidad Técnica del Norte
Impinargote@utn.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación busca conocer el funcionamiento de las principales empresas del sector textil-cosmético, que utilizan como estrategias de comercialización de sus productos la venta directa y el marketing multinivel. Esos enfoques comerciales implican la venta de productos directamente a los consumidores sin utilizar una tienda física como intermediario y en su lugar, los vendedores establecen contacto directo con los consumidores a través de redes sociales. En el marketing multinivel el principal desafío radica en la estructura piramidal de reclutamiento, pero difieren en su estructura y funcionamiento, brindan beneficios y constituyen una fuente alternativa de ingresos que aportan al desarrollo productivo del país y la región.

La investigación sobre la venta directa y el marketing multinivel junto a su repercusión en el desarrollo productivo de la ciudad de Ibarra será de tipo descriptiva, con enfoque cuantitativo y cualitativo y alcance exploratorio, que viabilice el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de datos a través de encuestas. Determinar el comportamiento mediante un análisis de factores con la aplicación de un estudio de campo y técnicas que permitan determinar las percepciones y comercialización con estrategias que la hagan sostenible en el tiempo. El estudio muestra además que las empresas de venta directa aportan positivamente al desarrollo productivo y tanto las ventas directas como el marketing multinivel pueden tener beneficios y desafíos. Ofrecer oportunidades de negocio a individuos emprendedores que desean generar ingresos adicionales o establecer sus propios negocios sin grandes inversiones iniciales es el objeto de este proyecto. La flexibilidad permite a las personas trabajar desde casa, establecer su propio horario, generar empleo directo e indirecto, ofertar bienes y servicios, y contribuir mediante el pago de impuestos y contribuciones al progreso de la región y del país.

Palabras clave: Venta directa, marketing multinivel, desarrollo productivo

La legítima defensa en el Ecuador: un estudio actualizado. (Legitimate defense in Ecuador: an updated study.)

Jhonny Iván Hurtado Moreno
Fiscalía Provincial de Imbabura.
hurtadoj@fiscalia.gob.ec

Hugo Francisco Zambrano Vera
GHZ Defensa Legal.
hugozambrano794@gmail.com

Alexandra Cristina Pupiales Proaño
Universidad Técnica del Norte.
acpupiales@utn.edu.ec

RESUMEN

El presente trabajo se originó en el artículo científico publicado en la Revista Axioma N° 24 del año 2021 bajo el mismo título. Se trata de una investigación actualizada sobre la legítima defensa en la legislación ecuatoriana, cuya información se divulgó en una ponencia efectuada en las II Jornadas Académicas Internacionales FACAE, desarrolladas del 27 al 29 de junio de 2023. La búsqueda bibliográfica de información en fuentes legales, doctrinales y jurisprudenciales, así como en libros, tratados y artículos científicos, fue efectuado bajo el enfoque cualitativo y alcance explicativo, por su naturaleza y requisitos de esta institución jurídica del derecho penal, así como las teorías de su aplicación y los retos de la sociedad actual. Se empleó el métodos deductivo y normativo por su estrecha relación con el artículo 33 del Código Orgánico Integral Penal (COIP) y su empleo eficaz otros procesos penales. Para la búsqueda de información se tomó en cuenta las fichas de las obras consultadas.

Durante la investigación se encontró que la legítima defensa surge del instinto de supervivencia, que racionaliza y delimita el alcance de las actuaciones de una persona para proteger sus derechos, que son apreciados como bienes jurídicos protegidos. Se realizó un recorrido histórico de la concepción de esta causa de exclusión de la antijuridicidad desde la estela de Hammurabi hasta las posturas doctrinales actuales, para profundizar su aplicación dentro de la legislación ecuatoriana a partir de los análisis realizados por varios tratadistas del Derecho Penal. Posteriormente, se analizaron los requisitos de la legítima defensa para precisar su alcance y entender que la legítima defensa no solo puede presentarse ante una agresión, sino también ante el riesgo inminente de vulneración de derechos, postura que guarda concordancia con el deber de máxima protección de derechos por parte del Estado y la sociedad; además, se reflexionó sobre las causales de exceso de legítima defensa, que –en lugar de proteger un derecho– buscan la retaliación al agresor por el daño producido.

El estudio contempla el análisis de nuevos enfoques de aplicación de la legítima defensa, a saber: a) Su aplicación por parte del Personal Policial; b) El enfoque de género como elemento clarificador de su procedencia en casos de violencia contra la mujer; y, c) Su pertinencia al defender los derechos de la naturaleza. Primero, se analizó la relación entre la legítima defensa y el uso progresivo de la fuerza con base en el COIP y la Ley Orgánica que Regula el Uso Legítimo de la Fuerza; segundo, desde el Derecho Comparado se analizó dos decisiones adoptadas por la Suprema Corte de Justicia de la Nación (México), a fin de justificar la necesidad de adoptar el enfoque de género como parámetro para analizar la procedencia de la legítima defensa en casos de violencia contra la mujer, y tercero, a partir de una publicación científica ecuatoriana que aborda la aplicación de exclusión de la antijuridicidad en el caso de delitos contra la fauna urbana, se extrapolan sus ideas a la protección de los derechos de la naturaleza.

Palabras Clave: Legítima defensa, antijuridicidad, derechos, actualidad.

La motivación laboral del talento humano de la empresa PYDACO

Diana Valdivieso
Universidad Técnica del Norte
dsvaldiviesor@utn.edu.ec

Maholy Zambrano
Universidad Técnica del Norte
mjzambranon@utn.edu.ec

Rocío León-Carlosama
Universidad Técnica del Norte
rgleon@utn.edu.ec

RESUMEN

La motivación en el trabajo es un estímulo que impulsa a los empleados a lograr metas institucionales y personales que están estrechamente vinculadas al funcionamiento y éxito de las empresas. En la actualidad, los líderes y gestores buscan alcanzar altos niveles de eficiencia y eficacia por parte de sus empleados, y es fundamental lograr un equilibrio entre los intereses de los trabajadores y los objetivos de la empresa, que entre otros busca incrementar la productividad de los trabajadores de la empresa PYDACO, dedicada a la distribución de productos de consumo masivo.

El objetivo de la investigación fue determinar la motivación laboral del talento humano y su relevancia en la empresa PYDACO. La metodología se trabajó con enfoque cualitativo y alcance descriptivo, dado que se analizó datos sociodemográficos y la percepción que tienen los empleados sobre la motivación desde las teorías de expectativa y equidad. Las técnicas de investigación aplicadas fueron la entrevista y encuesta a una población de estudio compuesta por un gerente que facilitó la obtención de información subjetiva [entrevista semiestructurada de preguntas abiertas] y 28 trabajadores encuestados [Escala de Likert donde: 1 totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni de desacuerdo, 4 de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo]. Los datos obtenidos fueron procesados mediante los programas estadísticos: SPSS Estadistic 25 y Jamovi R de Software Libre, y presentaron una desviación estándar baja de 0.774; es decir, que los datos no son dispersos y tienen coincidencia con la media de 3.96 que según la Escala de Likert abarca la opción de acuerdo.

Los resultados mostraron los factores motivacionales que PYDACO aplica, donde el 80% de los trabajadores reconocen como importantes a los siguientes factores: el salario, reconocimiento, recompensas y metas, con mayor significancia del 33% para salario y menor incidencia del 21% para recompensas, que al conciliar con las bases de la teoría de expectativas de Vroom, los factores estuvieron presentes en un 75% a través de los indicadores de recompensas, metas y reconocimiento que son dimensiones de valencia y expectativa; sin embargo, no se evidenció la presencia de la instrumentalidad.

Por otro lado, la Teoría de Equidad de Adams, se ve aplicada en un 50% con el indicador de salario correspondiente a la dimensión de resultados, sin que esté presente la contribución. Se demostró que el departamento que se encuentra más motivado es el área administrativa, con un promedio de 4.4 frente a las áreas de ventas y despachos que alcanzan 3.5 que derivó en un nivel de motivación medio-bajo en el personal, a causa de la limitada aplicación de elementos motivacionales económicos y no económicos. Según la entrevista realizada a nivel gerencial, el personal cuenta con una motivación aceptable debido a la fiabilidad y responsabilidad asumida por la empresa con sus trabajadores, y su trayectoria en el mercado. Finalmente, la empresa debe aplicar mejoras en la motivación de su personal, elevar el compromiso personal con la institución y alcanzar los objetivos estratégicos.

Palabras Clave: Motivación, factores, personal, equidad y expectativa.

Influencia del merchandising visual y neuromarketing en el comportamiento del consumidor: Caso BobaLab Ibarra

María Judith Haro Carrión
Universidad Técnica del Norte
mjharoc@utn.edu.ec

Ester Abigail Caicedo Días
Universidad Técnica del Norte
eacaidedod@utn.edu.ec

Álvaro René Pérez González
Universidad Técnica del Norte
arperez@utn.edu.ec

RESUMEN

El mundo cambió y los negocios a nivel nacional y mundial han comenzado a generar estrategias de neuromarketing involucrando el sentido de la vista, para influir en las emociones y en el comportamiento del consumidor. El neuromarketing investiga las emociones de los clientes que influyen en la decisión de compra y se relaciona directamente con el merchandising que son constituye acciones dentro del punto de venta y manejo de los colores. Según (Salas, 2018) "las emociones se constituyen en el componente principal del comportamiento del consumidor, ya que son las encargadas de guiar al cliente o consumidor en la toma de decisiones de compra" (p.21). Al hablar de emociones se involucran los sentidos; por eso esta investigación se centra en la vista y cómo el color rosado influye en las reacciones, emociones, decisiones y comportamiento de los consumidores, pues dentro de la psicología del color este transmite feminidad y dulzura.

Se analizará el caso de BobaLab en la ciudad de Ibarra, a través de herramientas de neuromarketing [Real Eye y Metodología ZMET], para conocer mediante una investigación experimental cómo el cerebro con el sentido de la vista activado –al procesar el 90% de la información– se comporta y es afectado ante la exposición del color rosado y cómo genera emociones que inciden en sus acciones y reacciones comportamentales del consumidor. Su metodología será mixta con enfoque cualitativo y experimental, basada en el sentido de la vista, con la presentación del color en un video 360° del local BobaLab y un arte representativo de la marca. Estas pruebas de neuromarketing digital y experimental Real Eye hace un seguimiento ocular vía cámara web para conocer qué llama más la atención de los clientes y por cuanto tiempo. El método cualitativo ZMET permite conocer y profundizar en el pensamiento inconsciente de los consumidores.

Para Vozzi et al., (2021) "la disminución del tamaño de la muestra hasta 24 participantes no afectó drásticamente los resultados, es decir, los índices neurofisiológicos calculados mantuvieron una correlación significativa con los mismos índices calculados en toda la

población, la desviación estándar” (p.15). El tamaño de una muestra en un estudio de neuromarketing puede variar dependiendo de las herramientas utilizadas y para que tenga validez, la muestra será de 24 clientes de BobaLab Ibarra (12 hombres y 12 mujeres), elegidos de forma aleatoria.

Se espera que los resultados presenten el nivel de influencia que tiene el color rosado en el comportamiento del consumidor para conocer si o despierta emociones como felicidad, tristeza, sorpresa, etc., y saber cuál es la relación de los clientes con la marca, más allá del género. La investigación propone un modelo de relación entre el color rosado y la toma de decisiones de compra del consumidores. Comprender la necesidad de aplicar neuromarketing en las empresas para saber qué colores usar en su marca y merchandising es clave, para despertar las emociones correctas en los clientes y consumidores. La mayoría de los negocios cierran después de los 3 meses de su apertura y aquellos que siguen es porque ofrecen un valor agregado.

Palabras Clave: Merchandising visual, comportamiento del consumidor, neuromarketing, color rosado

Evasión fiscal en negocios informales de la ciudad de Ibarra: caso de estudio de los establecimientos de comida en Yahuarcocha 2022

Katherine Dayana Lara Valdivieso
Universidad Técnica del Norte
kdlarav@utn.edu.ec

Ángel Jonayker Aguirre Benavides
Universidad Técnica del Norte
ajaguirreb@utn.edu.ec

Marilyn Yuvely Guachalá Andrango
Universidad Técnica del Norte.
mvguachalaa@utn.edu.ec

RESUMEN

La recaudación fiscal ha sido el pilar fundamental del presupuesto gubernamental; su funcionalidad en cuanto educación, salud, vivienda e infraestructura se determina como indispensable en el financiamiento de distintas obras de todas las áreas mencionadas y de esta manera poder redistribuir su recaudación en la sociedad civil. Esta investigación tiene como finalidad analizar la evasión fiscal en negocios informales de la ciudad de Ibarra; tomando como caso de estudio los establecimientos de comida en la Laguna de Yahuarcocha en el año 2022, a fin de otorgar información que contribuya a mejorar la recaudación de impuestos e impulsar a los comerciantes a formalizar sus negocios con información pertinente sobre los beneficios que pudieran adquirir a largo plazo. Además, se identificaron factores que incita a los propietarios de los distintos establecimientos de comida a evadir sus obligaciones tributarias; de igual manera, se analizaron las consecuencias legales de los comerciantes en caso de intervención del Servicio de Rentas Internas (SRI).

La metodología utilizada fue el análisis de datos mixtos, centrada en la comprensión y descripción de la realidad social de los participantes posterior a la recopilación y subsiguiente análisis. Esta investigación tiene un alcance descriptivo - explicativo, con un diseño no experimental transversal y técnicas de investigación como la observación y entrevista. El universo estudiado fue 120 establecimientos existentes en el área de influencia, con la observación y entrevista a una muestra de 46 establecimientos. Mediante el método inductivo se pudo conocer particularidades de la recaudación de impuestos, para disminuir la evasión fiscal. La investigación exploratoria permitió evidenciar los fundamentos de este tema poco estudiado y la entrevista estructurada arrojó información secuencial y esquemática. Los resultados encontrados indican que los comerciantes evaden el pago de impuestos por la falta de capacitaciones del SRI para emprendedores y propietarios de los distintos establecimientos de prestación de

servicios o venta de productos.

La falta de incentivos de los gobiernos seccionales para formalizar y el desconocimiento de los comerciantes son los principales factores de evasión; como evasores frecuentes de impuestos están los vendedores informales y puestos de comida que no pertenecen a las asociaciones existentes en Yahuarcocha, pues no emiten comprobantes de venta. Se concluye que una de las causas más relevantes de la evasión es el desconocimiento de cómo formalizar sus negocios.

Palabras Clave: Tributación, evasión fiscal, negocios informales, SRI.

Incidencia de las ventas en la toma de decisiones gerenciales, estudio de caso empresa Campo Fértil sucursal Ibarra

Nancy Dalila Rengel Endara
Universidad Técnica del Norte
andrengele@utn.edu.ec

Esleisis Nahomy Campaña Ipiales
Universidad Técnica del Norte
encampanai@utn.edu.ec

Marcela Alejandra Terán Navarrete
Universidad Técnica del Norte
materann1@utn.edu.ec

Julio César Andrade Palacios
Universidad Técnica del Norte
jcandrade1@utn.edu.ec

RESUMEN

En los últimos años, la toma de decisiones gerenciales respecto a las ventas ha sido de vital importancia; ya que se busca el aumento de las ventas de cada organización, pero es necesario contar con información financiera para tomar acciones que determinen el desempeño futuro de estas empresas; por lo tanto, el objetivo de la investigación es analizar la incidencia de las ventas en la toma de decisiones gerenciales de la empresa Campo Fértil. Dedicada al expendio de insumos agrícolas, ganaderos y sus afines, tiene 24 años en el mercado y actualmente posee nueve sucursales en Ecuador, incluida la provincia de Imbabura con la sucursal Ibarra que fue objeto de análisis.

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo con alcance descriptivo y el universo estudiado es Campo Fértil - Sucursal Ibarra que cuenta con cinco empleados mayores de 18 años, residentes en el área urbana de la ciudad. La técnica de investigación fue la encuesta, para obtener datos específicos y detallados, aplicada al Gerente General de la empresa y al jefe de los vendedores de la misma; luego se realizó el análisis de las respuestas de las personas antes mencionadas, quienes aseguraron que las ventas de la empresa son deficientes y este problema –según el Gerente y el Administrador– tiene diversas causas como: mala estrategia de marketing, inadecuada ubicación del local y reducción significativa de precios en los productos de la competencia. Los resultados identificaron la importancia del comportamiento de las ventas en las decisiones gerenciales de la empresa; ya que debido al estudio de las ventas el departamento gerencial se vio obligado a buscar ayuda para solucionar el problema del decrecimiento de las ventas, el diseño de un nuevo plan de ventas y otras alternativas para contrarrestar la pérdida en los ingresos. Se sugiere adaptarse a la evolución del comercio con tecnología utilizando estrategias de ventas más personalizadas y enfocadas en satisfacer las necesidades específicas de los consumidores vía marketing digital y otros tipos de venta.

Palabras Clave: ventas, toma de decisiones, negocio, estrategias.

Calidad del servicio para los clientes en la empresa Importadora Automotriz Flores.

Odallys Toscano
Universidad Técnica del Norte
Odtoscanop@utn.edu.ec

Francisco Visarrea
Universidad Técnica del Norte
fjvisarreap@utn.edu.ec

Rocío León-Carlosama
Universidad Técnica del Norte
rgleon@utn.edu.ec

RESUMEN

La calidad del servicio es considerada entre los factores de referencia del éxito de las empresas en el mercado y se basa en la percepción de los clientes frente al servicio o producto ofrecido. Es el medio por el cual la empresa demuestra interés por el cliente, sus necesidades y expectativas. La adecuada gestión de la calidad del servicio permite la retención de los usuarios, ayuda a generar relaciones rentables entre cliente y empresa. La gestión de la calidad mediante la norma ISO 9000:2015, abarca el enfoque al cliente, el liderazgo y el compromiso por parte de los clientes externos; quienes también generan beneficios como: favorecer los logros, alcance de los objetivos proyectados hacia la competitividad, incrementar la satisfacción del cliente y abordar los riesgos y oportunidades asociados a los objetivos planteados.

El objetivo de la investigación fue determinar la calidad del servicio para los clientes de la empresa Importadora Automotriz Flores, mediante un enfoque cualitativo con alcance descriptivo a partir de datos sociodemográficos de los clientes, así como el uso de dimensiones para medir la calidad del servicio del cliente y la relación entre factores. La población considerada universo de estudio estuvo constituida por 5.371 usuarios y se determinó una muestra de 359 encuestados; pero que, por cuestiones de dificultad en el tiempo de respuesta por parte de los usuarios, se recabó el criterio de 331 usuarios equivalentes al 92,20% del total.

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta con el instrumento del cuestionario elaborado en el modelo SERVQUAL. Factores tangibles, sensibilidad y fiabilidad, arrojan resultantes de la comparación de modelos de medición de calidad del servicio; en este análisis y tratamiento de datos se utilizó el software SPSS Estadístico 25 y Jamovi R de Software libre. Los resultados recopilados por medio de indicadores y preguntas sobre la calidad del servicio, evidenció que los factores elementos tangibles y sensibilidad son más relevantes para la calidad del servicio de la empresa en los clientes de entre 31 a 61 años de la ciudad de Ibarra (43% y 36 % respectivamente). Valoran las

instalaciones y tecnología de la empresa puntúa alto con el 55,6%, asesoramiento previo a la venta 55,6%, tiempo del personal 61,6% y sentir de satisfacción por el servicio ofrecido 60,4%. Como resultado, los clientes tienen mayor afectación en conocer las instalaciones, información previa a la compra, forma de atención y sentir la satisfacción en su percepción de una calidad del servicio. Esto coincide con empresas grandes y medianas chinas y mexicanas, pero discrepa con las empresas del medio oriente.

Palabras Clave: Calidad de servicio, elementos tangibles, sensibilidad, factores.

Neuromarketing: el poder de la atención visual en los afiches publicitarias

Cabascango Álvarez Bryan Israel
Universidad Técnica del Norte
bicabascango@utn.edu.ec

Almeida Vinueza Carlos Daniel
Universidad Técnica del Norte
cdalmeidav@utn.edu.ec

Pérez González Álvaro Rene
Universidad Técnica del Norte
arperez@utn.edu.ec

RESUMEN

El neuromarketing es una técnica que utiliza la neurociencia para entender cómo los consumidores perciben y responden a los estímulos publicitarios. En este artículo se presenta un estudio sobre la efectividad en la percepción de afiches publicitarios; donde la atención visual desempeña un papel importante en la eficacia de los afiches, al determinar el modo en que los consumidores perciben y procesan la información. Su uso estratégico puede establecer un vínculo emocional con los consumidores, sin olvidar que las emociones son parte del proceso de compra para decidir si adquirir o no el producto o servicio. Entender la percepción de las personas frente a los estímulos publicitarios (afiches), saber cómo capta la atención del cerebro del consumidor y entender la influencia de las emociones es clave para las decisiones de las personas, incluidas sus actitudes hacia marcas y el impacto de la publicidad en la memoria y el recuerdo.

El objetivo fue demostrar que determinados componentes como colores llamativos, imágenes atractivas y diseños impactantes, son eficaces para captar la atención del consumidor y sacar provecho de ello creando emociones positivas y agradables a través de elementos visuales específicos. La investigación cualitativa permitió estudiar el poder de la atención visual en los afiches publicitarios desde una perspectiva de neuromarketing, utilizando la herramienta Eye Tracking "RealEye" y el método cualitativo "ZMET". La metodología combina la medición de los movimientos oculares evaluando la eficacia de los afiches publicitarios con la reacción emocional; por otro lado, el análisis cualitativo ayuda a comprender imágenes y metáforas inconscientes de los participantes y descifrar percepciones y asociaciones que influyen en la decisión de compra. El estudio se realizó en estudiantes universitarios por ser un grupo demográfico interesante, altamente receptivos a los estímulos visuales y se ven influenciados por emociones en sus decisiones de compra.

Los resultados obtenidos con la herramienta "RealEye" indicaron puntos de calor

en los afiches publicitarios y los elementos visuales resultaron ser más eficaces para generar interés; además, el método "ZMET" presentó un diagnóstico de las percepciones y asociaciones de los participantes como 'insights' sobre los elementos que influyen en las emociones con las marcas.

Palabras clave: Neuromarketing, afiches publicitarios, seguimiento ocular, impacto visual, insight.

Clima organizacional en la empresa DIMA

Laura Paredes

Universidad Técnica del Norte

lmparedesa@utn.edu.ec

Marcelo Vallejos

Universidad Técnica del Norte

hmvallejos@utn.edu.ec

Cesar Pinto

Universidad Técnica del Norte

capinto@utn.edu.ec

Rocío León – Carlosama

Universidad Técnica del Norte

rgleon@utn.edu.ec

RESUMEN

En la actualidad, toda organización sea grande, mediana, pequeña –de carácter público o privado– busca mejorar de manera continua el ambiente interno donde opera para alcanzar sus objetivos. Es clave tener presente que entre los factores para el éxito o fracaso de una empresa se encuentra el clima organizacional y se refiere a la comodidad que experimenta el trabajador en su espacio laboral, donde no basta el satisfacer sus necesidades, sino también proporcionar un ambiente organizacional positivo y favorable, por lo tanto, la presente investigación tiene como objetivo determinar el clima organizacional en la empresa DIMA.

El tipo de investigación es cualitativa con alcance descriptivo, donde se muestra datos relacionados a la percepción que tienen los trabajadores sobre el clima organizacional y la relación con los factores estudiados en la empresa; para el levantamiento de los datos se aplicó el cuestionario de clima organizacional de Litwin y Stringer a la totalidad de trabajadores de la empresa (28 consultados). El procesamiento de los datos se realizó mediante el software SPSS Estadístico 25 y se obtuvo un análisis descriptivo de la variable de estudio más un análisis exploratorio en la relación a los factores de la variable.

Los resultados sobre el clima organizacional de la empresa indicó que el 50% de los empleados están Totalmente de acuerdo o Relativamente de acuerdo con los procesos que se llevan a cabo en la dimensión de estructura y recompensa, evidenciando una percepción favorable sobre cómo se organizan y se relacionan los diferentes elementos de la empresa, y también enfatizó en la manera en que la organización reconoce, premia y remunera a sus empleados por su desempeño y contribución, pero hay una desviación estándar de 0.5 y 0.6, demostrando que el grado de variabilidad entre las respuestas es mínima.

Por otro lado, el 50% de los empleados indicaron estar Relativamente de acuerdo o relativamente en desacuerdo con los procesos que se llevan a cabo en la dimensión

de responsabilidad, identidad y estándares evidenciando resultados desfavorables en el cumplimiento de las obligaciones y deberes éticos, legales, sociales y ambientales, además del sentido de pertenencia de los trabajadores hacia la organización, donde la desviación estándar fue de 0.7 y 0.8 demostrando que el grado de variabilidad entre las respuestas fue mínima y la información estable.

Palabras Clave: Clima organizacional, cultura organizacional, satisfacción laboral, com-

Percepción de precios para la toma de decisiones aplicando Neuromarketing visual

David Espinosa

Universidad Técnica del Norte

diespinosaf@utn.edu.ec

Steve Cerón

Universidad Técnica del Norte

saceronb@utn.edu.ec

Jhon Taramuel

Universidad Técnica del Norte

jstaramuelc@utn.edu.ec

RESUMEN

El precio es un indicador clave en relación con la presentación de un producto y su imagen proyectada a los consumidores. La variable del precio es importante en el proceso de toma de decisiones, ya que los consumidores evalúan los costos frente a los beneficios (Kotler y Keller, 2013); sin embargo, los consumidores a veces pueden ser engañados por precios más altos, creyendo erróneamente que están adquiriendo productos de mayor calidad. Esta percepción puede ser influenciada por estrategias de marketing, como la promoción de un producto como "premium" o utilizando técnicas de branding que crea una imagen de calidad superior (Kotler y Keller, 2013).

Para fijar los precios de los productos de manera adecuada, es relevante comprender el precio máximo que un consumidor está dispuesto a pagar por un determinado producto o servicio" (Kotler y Keller, 2013). Sin embargo, existe un problema con la expresión de esta voluntad de pago. Se ha demostrado que los consumidores a menudo no están en posición de negociar los precios de ciertos productos y más importante aún, no pueden determinar exactamente cuánto estarían dispuestos a pagar por ellos (Fleur y Steenkamp, 2005).

El objetivo del presente estudio fue determinar el impacto que causan los precios psicológicos en varios productos; además de analizar el engagement de los precios psicológicos en los consumidores, medir el impacto psicológico en la percepción de precios, y evaluar cómo las diferentes representaciones visuales de precios impactan en la atención y el procesamiento cognitivo de los consumidores. Se utilizó la herramienta RealEye que ayudó a la recopilación de datos de marketing visual respecto al precio, mientras que la metodología SMELL recabó las experiencias, asociaciones y narrativas relacionadas con los estímulos olfativos presentados por los participantes; en este sentido, el neuromarketing indagó la disposición de los consumidores a pagar y la resonancia magnética funcional (fMRI) observó las respuestas cerebrales o actividad cerebral producto de los estímulos del marketing en los consumidores.

Al utilizar mediciones y análisis se logró determinar el precio óptimo para satisfacer a los

consumidores y reconocer los productos que necesitan mayor atención en términos de su precio adecuado. El impacto del precio y las terminaciones numéricas en la generación Z radican en la conocer al grupo demográfico, identificar de tendencias emergentes, optimizar la fijación de precios, personalización y segmentación de mercado.

Palabras clave: Neuromarketing, marketing visual, percepción, precios psicológicos, generación Z.

Aprovechamiento del complejo de pucarás de Pambamarca del cantón Cayambe, para la gestión de un destino turístico.

David Espinosa

Universidad Técnica del Norte

diespinosaf@utn.edu.ec

Steve Cerón

Universidad Técnica del Norte

saceronb@utn.edu.ec

Jhon Taramuel

Universidad Técnica del Norte

jstaramuelc@utn.edu.ec

RESUMEN

La presencia de estructuras arqueológicas precolombinas, en un radio aproximado de 15 km. a la redonda entre las parroquias Cangahua, Otón, Cayambe y Tabacundo, muestran un recurso de alto valor histórico y cultural asociado a los estudios del Qhapaq Ñan que se lleva adelante desde el INPC; consecuente a la declaratoria de esta ruta como Patrimonio Cultural de la Humanidad y que los países por donde atraviesa, tienen la responsabilidad de gestionar la relevancia de las estructuras localizadas en cada territorio. Este trabajo está orientado a determinar la especialidad del destino turístico aplicable en el territorio de los pucarás de Pambamarca, ubicado en Cayambe – Ecuador, previo a un análisis de los recursos disponibles en la zona y las preferencias de consumo de los viajeros.

Se trató de una investigación cualitativa con enfoque exploratorio, para usando el cuestionarios de la encuesta recolectar datos primarios vía estudio de mercado y registro de fichas de observación de campo sobre los recursos turísticos que combina la presencia arqueológica con el entorno de páramo andino; también se utilizó información secundaria sobre datos de interés en páginas oficiales, boletines de turismo, etc., para determinar el estilo de destino turístico que podría establecerse en la zona como destino preferido para los viajeros en el corto plazo. Los resultados se disgregan en cuatro componentes: recursos existentes, preferencias de viajeros, realidad socio cultural de la localidad y criterios para la especialización del territorio como destino llamativo para el mercado, donde combina la presencia arqueológica con el entorno de páramo andino.

Palabras Clave: Especialidad de destino; destino turístico; pucarás de Pambamarca, turismo rural.

Qhapaq ñan y el complejo arqueológico Pambamarca en Ecuador: evaluación de los impactos ambientales de la actividad turística

Jorge Armando Flores-Ruiz

Universidad Técnica del Norte

<http://orcid.org/0000-0001-7536-2805>

Fabio Cruz-Góngora

Universidad Técnica del Norte

<http://orcid.org/0000-0002-3853-8768>

Oswaldo Echeverría-Cachipundo

Universidad Técnica del Norte

<http://orcid.org/0000-0001-8331-6710>

RESUMEN

Las estructuras preincaicas e incaicas en las estribaciones de los Andes ecuatorianos, consolidan vestigios del Qhapaq Ñan (camino real del Inca), asociados a sitios y complejos arqueológicos declarados bienes culturales e inscritos desde el 21 de junio de 2014 en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO bajo la categoría de Itinerario Cultural. Ecuador registró 108,87 Km de calzadas asociadas al Qhapaq Ñan y 49 sitios arqueológicos compuestos por tolas, pucarás, centros administrativos, ceremoniales, petroglifos, sección habitada por comunidades indígenas y mestizas asociadas a los páramos del volcán Cayambe. El camino real atraviesa Colombia, Ecuador, Perú, Chile, Bolivia y Argentina, con un imponente sistema vial incaico, considerado eje de comunicación, movilidad, productividad e intercambio cultural entre ayllus e imperios suramericanos.

El actuar conjunto de instituciones y comunidad del cantón Cayambe –Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Ministerio de Turismo del Ecuador, Ministerio del Ambiente y actores comunitarios– posibilitó la observación de campo y evaluación de los impactos ambientales generados por la actividad turística, lo que permitió la construcción de un plan de manejo y gestión ambiental participativo que favorezca la articulación de esfuerzos efectivos entre la población local y las entidades públicas que apoyan el desarrollo turístico y la conservación del patrimonio natural y cultural del país. Fue notorio el interés y esmero social en la gestión territorial y el diseño de productos turísticos para asegurar la calidad de experiencia del visitante en escenarios arqueológicos de relevancia en alta montaña y páramo andino que constituye Patrimonio Mundial de la Humanidad y un legado cultural para las futuras generaciones.

Palabras Clave: Evaluación de impactos ambientales, patrimonio mundial natural y cultural, destino turístico, gestión.

Estrategias de turismo sustentable para la reactivación económica y sociocultural de la parroquia Salinas

Yoarnelys Vasallo Villalonga
Universidad Técnica del Norte
yvasallo@utn.edu.ec

Lesly Monserrath Gonzaga Martínez
Universidad Técnica del Norte
lmgonzagam@utn.edu.ec

RESUMEN

Santa Catalina de Salinas, una parroquia rural ubicada al norte de Ibarra, Imbabura, Ecuador, experimentó un auge turístico desde 2008, cuando la rehabilitación de las vías del tren para recorridos en autoferrocarril, respaldada por el GAD parroquial y financiada por la Cooperación Técnica Belga, marcó el inicio de su inserción turística. Cuatro años después, la Empresa Ferrocarriles del Ecuador asumió el control, mejorando la infraestructura y promoviendo el desarrollo de atracciones como el Centro Gastronómico Palenque y el Centro de Desarrollo Etnocultural Turístico Comunitario Bombódromo Palenque. Sin embargo, el crecimiento turístico sostenido se vio afectado en 2020 por la pandemia de Covid-19 y el cierre del tren, llevándolo a la paralización y liquidación de la empresa ferroviaria debido a la crisis económica. Se estima una disminución del 90% en la llegada de turistas a la localidad. Ante este escenario, la investigación busca diseñar estrategias de turismo sustentable para la reactivación económica y sociocultural de la parroquia.

El estudio, descriptivo y cualitativo, emplea observación científica, entrevistas a profesionales del turismo y encuestas a turistas y emprendedores. Los resultados revelan el cierre de 16 emprendimientos y un deterioro generalizado de los atractivos. A pesar de ello, se identifican elementos clave para un nuevo modelo de gestión. El plan propuesto incluye la designación de una organización de gestión, un diseño integral del destino basado en potencialidades locales, y estrategias de marketing para la comercialización turística de Salinas. La investigación apunta a revitalizar la actividad turística, aprovechando la vocación y cultura turística del territorio y sus habitantes.

Palabras Clave: Tren, patrimonio cultural, turismo, covid-19, Salinas.

Percepción visual del merchandising de la marca Zara

Mateo Pilataxi

Universidad Técnica del Norte

ampilataxif@utn.edu.ec

Espinosa Jefferson

Universidad Técnica del Norte

jespinosab@utn.edu.ec

Álvaro Rene Pérez González

Universidad Técnica del Norte

arperez@utn.edu.ec

RESUMEN

La marca de moda Zara, perteneciente al grupo Inditex, destacó en la industria gracias a su enfoque innovador y estrategias efectivas de Neuromarketing y Merchandising. La percepción visual desempeñó un papel crucial en el éxito de sus tiendas, transmitiendo un mensaje de minimalismo, elegancia y exclusividad; ya que, Zara utilizó estrategias clave en el diseño de sus tiendas, creando espacios minimalistas con líneas limpias y distribución estratégica para generar una sensación de orden y modernidad. El uso de colores neutros como blanco y negro resaltó las prendas, mientras que la iluminación contribuyó a destacar los productos y crear un ambiente acogedor.

El estudio buscó identificar las emociones que la marca Zara genera y la percepción visual de sus consumidores respecto a espacios, distribución de productos, escaparates y fachadas. Se emplearon metodologías Zmet y Real eye para evaluar las emociones y la percepción visual de los consumidores.

Los resultados de estas pruebas permitieron comprender las emociones y comportamientos de los consumidores en relación con los elementos visuales en las tiendas de Zara. La investigación proporcionó insights detallados para mejorar la estrategia de diseño de tiendas, optimizar la disposición de productos y crear una experiencia de compra más atractiva. La originalidad y valor del estudio radicarón en la variedad de productos de Zara, incentivando la adquisición de productos exclusivos y de calidad. Además, se destacó la importancia de imágenes y videos para captar a más clientes y lograr la fidelización, contribuyendo al reconocimiento continuo de la marca.

Palabras Clave: Merchandising visual, Zara, experiencia de compra, presentación de productos, impacto visual en la compra.

La influencia de la marca en el packaging para la toma de decisiones y engagement del consumidor: caso Pacari.

Angie Valeria Araujo Muñoz
Universidad Técnica del Norte
avaraujom@utn.edu.ec

Diana Angélica Córdova Tambaco
Universidad Técnica del Norte
dacordovat@utn.edu.ec

RESUMEN

La marca y el packaging son elementos fundamentales en la estrategia de marketing y constituyen la primera impresión que el consumidor tiene de un producto; es aquello que lo identifica y diferencia de la competencia. Este estudio buscó investigar la influencia de la marca en el packaging y comprender los mensajes internos del inconsciente del consumidor que pueden afectar sus decisiones de compra; por lo tanto, el propósito de la investigación fue analizar el impacto, la influencia, las emociones y el engagement que genera la marca sobre la adquisición de un producto. Los objetivos incluyeron evaluar cómo la marca influye en el packaging mediante el seguimiento ocular, identificar los elementos del diseño que impactan la percepción de la marca, y analizar las emociones generadas por la marca en el empaque. La metodología empleada fue la técnica Zmet y la aplicación Real Eye, con la participación de 20 personas. Se recopiló datos mediante el seguimiento ocular mientras interactúan con el packaging y la marca.

Los resultados indicaron que la marca en el packaging es un factor determinante con un impacto significativo en las decisiones de compra del consumidor. Se determinó que la diferenciación de la competencia, la captación de atención y la conexión emocional facilitan la toma de decisiones; pues la originalidad y valor de la investigación radicarón en su análisis detallado de la influencia de la marca y la interacción visual para persuadir al consumidor; lo que proporcionó una comprensión profunda de cómo las empresas pueden optimizar sus estrategias. En conclusión, los resultados obtenidos a través de la aplicación Real Eye respecto de la marca mostró como un elemento clave al packaging para determinar la toma de decisiones del consumidor, destacarse frente a la competencia, captar la atención y establecer engagement.

Palabras clave: Influencia del consumidor, packaging, marca, seguimiento ocular.

Riesgo ergonómico del personal del registro de la propiedad del cantón Ibarra

Joselyn Lizbeth Chulde Yandún
Universidad Técnica del Norte
jlchuldey@utn.edu.ec

Vinicio Guerra
Universidad Técnica del Norte
evguerra@utn.edu.ec

Rosa Rodríguez
Universidad Técnica del Norte
rerodriguez@utn.edu.ec

Rocío León-Carlosama
Universidad Técnica del Norte
rgleon@utn.edu.ec

RESUMEN

En Ecuador, la Constitución de la República (Artículo 326) y los estándares internacionales como ISO 45000, ISO 31000 y las directrices de la OIT establecen que los trabajadores deben llevar a cabo sus labores en un entorno propicio, adecuado y exento de riesgos; en este contexto, el presente estudio tiene como objetivo principal determinar los riesgos ergonómicos a los que se enfrenta el personal del Registro de la Propiedad del cantón Ibarra. La gestión del riesgo ergonómico en los lugares de trabajo se erige como esencial para la identificación de peligros y la propuesta de mejoras; por ello, entre las principales consecuencias del riesgo ergonómico se encuentran los trastornos musculoesqueléticos, que afectan tanto la salud de los trabajadores como la productividad organizacional. La investigación, de carácter cualitativo y descriptivo, abordó la identificación de datos sociodemográficos de una población compuesta por 62 trabajadores con el uso la encuesta y observación; para establecer el nivel de riesgo ergonómico del personal se utilizó el formato establecido en el Método ROSA que interactúa con las normas técnicas de la ISO 9241 y al aplicar el formato de la ficha de observación del método ROSA se solicitó al personal permanecer en sus puestos de trabajo. Para análisis de los datos generados en la investigación se utilizó el programa SPSS versión 25.

Los resultados descriptivos revelaron que el 69% de los trabajadores son mujeres, el 31% hombres, la mayoría se sitúa en el rango de edad de 31 a 45 años, y un 58% tiene una antigüedad en la empresa de 1 a 5 años. En cuanto a la ergonomía de la silla y periféricos, se identificaron posturas inadecuadas que contribuyen a un elevado nivel de riesgo ergonómico; específicamente, un 48% se encuentra en un nivel de riesgo muy alto, el 47% en riesgo ergonómico extremo y el 5% en un nivel de riesgo alto. En la mayoría de los casos, el 71% tiene postura con desviación de rodillas $< 90^\circ$ o $> 90^\circ$, el 77 % posee una desviación < 8 o > 8 cm entre borde del asiento y pierna, un 61% tiene una postura correcta de codos a 90° y hombros relajados, un 51 % no utiliza el respaldo teniendo una inclinación $> 110^\circ$ o $< 95^\circ$. Del mismo modo, en los periféricos un 56%

posee una postura con desviación por pantalla baja debajo de 30°, el 61% tiene sujeción de hombro/cuello al usar el teléfono, un 26% cuenta con ratón/mouse pequeño y agarre en pinza y un 37% mantiene una desviación de la muñeca al escribir en el teclado.

Con el propósito de prevenir y mitigar estos riesgos, se recomienda la implementación de políticas, planes, programas y acciones, lideradas por la Dirección de Administración de Talento Humano y la unidad de Seguridad y Salud en el Trabajo. Estas medidas buscan reducir y controlar los riesgos asociados a los puestos de trabajo de oficina, mejorando así la calidad de vida de los empleados y promoviendo la productividad y competitividad institucional.

Palabras Clave: Riesgos ergonómicos, trastornos musculoesqueléticos, método Rosa, productividad.

La educación ecuatoriana y su incidencia en el desarrollo económico enfocado en la pobreza y la desigualdad.

Andy Mauricio Duque Salvador
Universidad Técnica del Norte
amduques@utn.edu.ec

Cristian David Pepinosa Usiña
Universidad Técnica del Norte
cdpepinosau@utn.edu.ec

Kevin Alexander Garcés Estévez.
Universidad Técnica del Norte
kagarcese@utn.edu.ec

RESUMEN

En los últimos años, a causa de la distribución desacertada de recursos derivada de decisiones políticas en Ecuador, se ha observado un decrecimiento incongruente en la relación entre desarrollo económico y educación. Este fenómeno, vinculado a la incorrecta asignación de recursos, ha tenido un impacto directo en la variable del crecimiento económico a largo plazo. Dicha situación ha generado un déficit de capacidad de autonomía y habilitadores para los futuros trabajadores, inversores y empresas, afectando tanto el PIB como factores sociales en el público general y grupos subalternos.

El propósito de este estudio es analizar la relación entre la educación y el desarrollo, centrándose en los factores de pobreza y desigualdad, considerando variables como el crecimiento económico y el gasto público a nivel nacional. La investigación adopta un enfoque mixto, siendo de corte longitudinal y de alcance correlacional, descriptivo, estadístico, documental y observacional; para ello, se generó una base de datos a partir de información proporcionada por el INEC y el Banco Mundial para llevar a cabo un análisis cuantitativo mediante el coeficiente de Pearson. Los resultados obtenidos a través de regresiones lineales, con un valor $p > 0,05$ aceptando la hipótesis nula, respaldan la existencia de una relación entre la educación y el desarrollo económico ecuatoriano. Las variables utilizadas incluyen Gasto público en educación (% del PIB), Tasa de incidencia de la pobreza, Coeficiente de Gini, Crecimiento del PIB (% anual), Proporción de jóvenes sin educación, empleo ni capacitación (% de la población total de jóvenes) y Crecimiento per cápita del INB (% anual). Finalmente, se hizo regresiones lineales lanzando un $P > 0,05$ que acepta la hipótesis nula, a partir correlaciones con valores positivos y negativos que indicaban relaciones directas e inversas.

En conclusión, se comprobó que sí existe una relación entre educación y desarrollo económico en Ecuador, pero las estadísticas demostraron que existe una relación media y baja; esto debido a que la educación no solamente es el único factor que se involucra para mejorar el bienestar, sino también otros más influyentes.

Palabras Clave: Educación, desarrollo económico, Ecuador, déficit, pobreza y desigualdad.

El impacto de la inseguridad en la inversión extranjera directa del Ecuador: enfocado a las crisis carcelarias y el riesgo país.

Monserrat Correa Correa Benavides

Universidad Técnica del Norte

ymcorreab@utn.edu.ec

Melani Camila Caluguillin Guajan

Universidad Técnica del Norte

mccaluguilling@utn.edu.ec

Anthony Joel Orellana Aga

Universidad Técnica del Norte

ajorellanaa@utn.edu.ec

RESUMEN

La inseguridad y las crisis carcelarias fueron problemas persistentes en Ecuador, lo que generó preocupación a nivel nacional e internacional. El aumento de la delincuencia, la falta de control en el sistema penitenciario y la percepción de inseguridad afectaron negativamente la confianza de los inversores extranjeros, resultando en una disminución de la Inversión Extranjera Directa (IED); pues las empresas e inversores evitaban operar en un entorno donde la recuperación de su inversión no estaba garantizada. Se identificaron causas como la falta de control gubernamental con efecto negativo y el crecimiento e influencia del narcotráfico que reflejan violencia, extorsiones y, sobre todo, miedo en la población. La mala reputación ante los inversionistas extranjeros aumentó el riesgo país, impactando negativamente en el área turística; es decir, se convirtió en un indicador clave para los inversores al evaluar la viabilidad de invertir en Ecuador. La inseguridad y las crisis carcelarias contribuyeron a un mayor riesgo país, afectando la percepción de los inversionistas sobre la estabilidad política y económica, resultando en una menor disposición a invertir y, en consecuencia, en un estancamiento del crecimiento económico.

La atracción de IED es crucial para el desarrollo económico, generación de empleo, impulso de la innovación y fortalecimiento de los sectores productivos en Ecuador; sin embargo, la inseguridad y las crisis carcelarias actuaron como barreras que obstaculizaron este proceso. La investigación, centrada en los años 2021-2022, analizó la ola de inseguridad y la ineficiencia gubernamental que afectó la IED en Ecuador. Se aplicaron métodos deductivos, inductivos y analíticos.

En este periodo, se registraron las peores cifras de muertes violentas en la historia, ascendiendo a un 82%. En el primer año, hubo 13.3 homicidios por cada 100,000 habitantes, mientras que el año siguiente cerró con 25.32 y la ciudadanía desaprobó casi en su totalidad al Gobierno en curso por su ineficiencia en brindar control y seguridad.

La inseguridad se manifestó en diferentes dimensiones y contextos particulares, demostrando su diversidad, por ello , este artículo busca contribuir al entendimiento de cómo la inseguridad afecta directamente al desarrollo económico y bienestar social.

Palabras Clave: crisis, inversión, inseguridad, riesgo, Gobierno, violencia.

La innovación y su papel en el éxito empresarial con factores tecnológicos en el manejo documental de la microempresa Fábrica “Jolene” de Antonio Ante

Joselyn Alexandra Garzón Jiménez

Universidad Técnica del Norte

jagarzonj@utn.edu.ec

Marco Vinicio Ortega Guerrero

Universidad Técnica del Norte

mvortegag@utn.edu.ec

Juan Carlos Guerrón Flores

Universidad Técnica del Norte

jjcgerjjcg@utn.edu.ec

Julio César Andrade Palacios

Universidad Técnica del Norte

jcandrade1@utn.edu.ec

RESUMEN

Actualmente, las tecnologías son poderosas herramientas de información y comunicación con aplicación en diversas ramas de la ciencia; en el ámbito de las ciencias administrativas, se constituyen como un método físico de organización y gestión basado en el manejo del procesamiento documental de la información. El objetivo de la investigación fue destacar la importancia de la tecnología en el ámbito empresarial textil, a través de la adecuada utilización de elementos y herramientas proporcionadas por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs). Este enfoque buscó potenciar y mantener una cultura de innovación en todo el personal de la empresa “Jolene”, cuyos productos en el sector de Antonio Ante son mayormente preferidos por la población debido a su calidad y variedad.

Dada la rápida evolución tecnológica, se consideró necesaria la implementación de la determinación del índice de los factores tecnológicos en el manejo documental; esto tenía como fin establecer el grado de correlación entre las TICs y el proceso de almacenamiento documental en relación con las bases bibliográficas. En la fase no experimental, se aplicó una entrevista mediante técnicas de prueba (test) y cuestionario, obteniendo como resultado la identificación de la incidencia de las TICs con un grado de relación directa en el manejo documental; a través del método descriptivo y el uso de encuestas, se determinó que los administradores de la empresa no hacían uso de la innovación tecnológica, y las capacitaciones resultaron en la importancia de la formación en tecnología, ya sea en gestión física o digital, con el propósito de obtener información documentada sobre los recursos de innovación.

Se concluye que la opinión mayoritaria sobre el uso de tecnologías como medio de registro y almacenamiento de información coincidió con las ideas establecidas por

distintos autores especializados en el área tecnológica; pero después del diagnóstico de la situación de la empresa, se consideró que era necesario mejorar el tiempo y la eficiencia en el almacenamiento de información mediante el uso de las TICs.

Palabras Clave: TICs, BPM, innovación empresarial, documentación.

Impacto económico postpandemia Covid-19 en Imbabura

Henry Moreta Francis Hidrobo
Universidad Técnica del Norte
hlmoretam@utn.edu.ec

Fernando Guajan
Universidad Técnica del Norte
fjguajand@utn.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación abordó el impacto económico en las microempresas y la sociedad de la provincia de Imbabura. Diversos sectores económicos del país se vieron afectados por la pandemia de Covid-19 y paro nacional vivido en Ecuador hace algunos meses; este escenario generó significativos impactos en la economía local de la provincia y del país en su conjunto. En los primeros meses, muchas microempresas y negocios populares se vieron obligados a cambiar su actividad económica para mantener sus ingresos.

El objetivo de la investigación fue analizar el impacto de la economía postpandemia en la provincia de Imbabura, desde planteamientos teóricos relacionados con las variables de estudio. El impacto económico y el papel crucial de las microempresas, que ofrecen diversos servicios, son fundamentales para la economía del país, ya que afectan tanto la economía en general como la generación de ingresos; en consecuencia, el diseño metodológico utilizado fue de tipo descriptivo y bibliográfico con una revisión exhaustiva de fuentes secundarias.

En conclusión, a pesar de la reactivación económica en los últimos dos años tras la pandemia de COVID-19, persisten desafíos como cifras de desempleo elevadas, cierres de negocios, y niveles de pobreza que no han experimentado mejoras significativas. Las medidas tomadas, como el confinamiento, llevaron a muchas personas a emprender nuevos negocios desde sus hogares, utilizando canales como ventas en línea con entregas a domicilio. Aunque algunos emprendimientos cerraron, surgieron y se mantuvieron nuevos emprendimientos adaptados a la realidad actual.

Palabras Clave: Impacto económico, sectores económicos, pandemia, emprendimiento.

La influencia del estrés en el rendimiento laboral de los docentes de la FACAE

Danny Steven Andrade Troya
Universidad Técnica del Norte
dsandradet@utn.edu.ec

Anthony Josué Bazurto Bravo
Universidad Técnica del Norte
ajbazurtob@utn.edu.ec

Kevin Alexis Guagalango Suarez
Universidad Técnica del Norte
kaguagalangos@utn.edu.ec

Doménica Patricia Paredes Acosta
Universidad Técnica del Norte
dpparedesa@utn.edu.ec

RESUMEN

En la actualidad, los profesores universitarios se enfrentan a mayores exigencias en sus actividades laborales; en consecuencia, estos cambios han generado entornos estresantes que pueden afectar su bienestar y desempeño laboral. La imposición de un mayor número de normativas por parte de las entidades superiores y la presión institucional por alcanzar un nivel académico óptimo han llevado a la implementación de obligaciones contractuales y mecanismos de control que demandan mayor eficacia en el desempeño laboral a título individual del docente, lo que genera aumento en los niveles de estrés laboral en este sector.

El objetivo de la presente investigación fue analizar los factores que causan estrés dentro del entorno laboral administrativo que afectan el desempeño de los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (FACAE) perteneciente a la Universidad Técnica del Norte. Esta investigación de campo responde a un enfoque cuantitativo, alcance correlacional y corte transversal con el universo de estudio a 97 docentes y análisis de una muestra no probabilística por conveniencia de 20 educadores voluntarios, a quienes se les aplicó una encuesta segmentada por género: 65% fueron hombre y 35% mujeres. Con la finalidad de que la encuesta sea objetiva se empleó el coeficiente de Alfa de Crombach, se obtuvo 0,88 como resultado y se determinó que el instrumento de medición está en un rango Bueno en fiabilidad, debido a los desafíos que enfrentan los docentes universitarios como altas cargas de trabajo, presión por obtener resultados académicos y demandas administrativas adicionales, que generan niveles elevados de estrés y tienen consecuencias negativas en su rendimiento laboral, satisfacción en el trabajo y bienestar general.

La investigación ayudó a identificar información valiosa que respalde la implementación de políticas y estrategias de gestión del estrés; que demuestra la importancia del cultivo de la inteligencia emocional en el ámbito laboral y administrativo en los docentes universitarios, para mejorar el rendimiento a nivel universitario.

Palabras Clave: Docentes universitarios, estrés laboral, rendimiento laboral, inteligencia emocional, gestión del estrés.

Responsabilidad social: utopía o realidad en una gestión pública de calidad

María de los Ángeles Torres
University of Girona

Francisco Xavier Alarcón Torres
Universidad Técnica del Norte
University of Valencia, España

RESUMEN

La gestión pública, en conjunción con la responsabilidad social (RS), incide en las relaciones interorganizacionales, la participación activa, el sentido de pertenencia y las expectativas de los diferentes grupos de interés involucrados en la acción procesal estatal. Esta busca mejorar la sociedad y preservar el medio ambiente, generando una correlación positiva que justifica el fortalecimiento de la cultura organizacional (Bocean, Nicolescu, Cazasu, & Dumitriu, 2022).

En cuanto a la calidad de la acción procesal gubernamental, convergen doctrinas que consideran la eficiencia y eficacia como argumentos que aportan valor agregado a la gestión; estos aspectos, medibles desde una perspectiva operativa, no excluyen la incidencia de factores relacionados con la responsabilidad social (Engida, Parmeter, Rao, & Oude-Lansink, 2022; Tian, 2023). Los responsables de sistemas operativos estatales, al desenvolverse en ambientes tradicionales o tecnológicos, influyen en aspectos vinculados a la moral y la ética, que impactan el desempeño diligente y adecuado; además, la referencia a los términos ética y moral implica un análisis retrospectivo de la ética protestante y el sistema ético lockeano (Jiménez, 2005). La controversia sobre el carácter moral de las acciones humanas, desde una perspectiva deontológica, representa un sistema de persuasión educativa hacia el individuo, donde su deber constituye su propio interés. Las acciones antiéticas sufren sanciones morales o sociales a través del castigo de la opinión pública (Nicole et al., 2022; Rodriguez & Kurnaz, 2023).

Una gestión pública acertada está supeditada a correlacionar la ética organizacional con la verdad y justicia, de donde surgen las expectativas de la sociedad y la responsabilidad social, tanto a nivel local como global; esto se traduce en hipótesis de investigación como: H1: ¿La calidad en la gestión pública está supeditada a la responsabilidad social, intrínseca al cumplimiento estricto de normas éticas y acciones morales?; H2: ¿El bienestar del personal incrementa la calidad de la gestión?

El objetivo general fue analizar la incidencia de la responsabilidad social en la gestión pública, con objetivos específicos como determinar los factores que limitan la responsabilidad social y establecer cómo ética y moral inciden en las buenas prácticas relacionadas con la responsabilidad social. La metodología adoptada tuvo alcance explicativo, cualitativo-descriptivo y cuantitativo-analítico (Hernández, Fernández, &

Baptista, 2014) y las hipótesis fueron analizadas mediante regresión logística utilizando el lenguaje R (Navarrete & Chávez, 2019; Hennink & Kaiser, 2022).

Los resultados de las divulgaciones y publicaciones durante los años 2016 al 2023 se centraron en el desarrollo científico para garantizar un servicio público de calidad y calidez, alineado con la Responsabilidad Social, control interno, gestión del riesgo y seguridad de información. La investigación reveló factores clave relacionados con problemas en la administración pública ecuatoriana respecto a la RS y su impacto en la acción procesal gubernamental; también destacó la necesidad de incorporar la RS en los planes de estudio universitarios, orientándolos hacia un enfoque de “aprendizaje-servicio” y promoviendo el compromiso comunitario y la responsabilidad ética como exige la futura profesión. Esto representa una estrategia de gerencia ética e inteligente para gestionar los impactos, no solo de la gestión pública sino también privada, en su entorno humano, social y natural.

Palabras clave: corrupción, control interno, políticas públicas, cálida, responsabilidad social.

Análisis comparativo del impacto económico-financiero por la pandemia Covid-19 y su reactivación económica en los servicios turísticos del cantón Urcuquí.

Luis Orlando Muenala Vargas
Universidad Técnica del Norte
lomuenalav@utn.edu.ec

Jessica Aracely Pupiales Proaño
Universidad Técnica del Norte, Ecuador
pupiales1@utn.edu.ec

Ximena Elizabeth Cisneros Cabrera
Universidad Técnica del Norte
xecisneros@utn.edu.ec

RESUMEN

La economía mundial experimentó una recesión significativa a raíz de la paralización de las actividades económicas provocada por la pandemia de Covid-19, lo que resultó en una reducción del 74% en la llegada de turistas internacionales; pero, a pesar de que el sector turístico de Ecuador se mantenía como la tercera fuente de ingresos no petroleros en 2019, fue uno de los más afectados por las medidas de bioseguridad implementadas debido al virus SARS-CoV-2. El propósito de esta investigación fue analizar el impacto financiero de la pandemia en los servicios turísticos del cantón Urcuquí y su subsiguiente reactivación económica después de la suspensión de las medidas sanitarias y el aislamiento. Este cantón, reconocido por sus diversos atractivos como paisajes, aguas termales y cultura, fue objeto de análisis con 22 proveedores de servicios turísticos, que incluyen hospedaje, recreación, cabalgatas, camping, restaurantes y turismo comunitario; además, se seleccionó a la Empresa Santagua Termas de Chachimbiro como caso de estudio por su relevancia en el sector.

Se llevó a cabo un diagnóstico del comportamiento financiero, la cuantificación del impacto y el análisis de las estrategias implementadas durante y después de la pandemia; la metodología utilizada fue cualitativa y cuantitativa, con un enfoque descriptivo basado en textos bibliográficos, investigación de campo, recolección de datos financieros y el uso del programa SPSS Statistics con análisis Chi-cuadrado. Los resultados de la investigación revelaron que todos los proveedores de servicios turísticos se vieron afectados por la pandemia, experimentando una disminución del 75% en sus ingresos, lo cual generó consecuencias críticas en sus finanzas empresariales. Estos impactos incluyeron la renegociación de deudas financieras, despidos de personal, reducción de sueldos y cierre de servicios durante 6 meses o más, afectando también indirectamente a familias del sector que dependían de la llegada de turistas.

En el año 2021, con la resolución de medidas de aumento de aforo por parte del COE Nacional, los turistas comenzaron a regresar y se implementaron estrategias como descuentos, promociones y tarifas dinámicas según días y temporada. Se adoptó un nuevo sistema de hotelería, se ofrecieron nuevos servicios y se ejecutaron gastos con austeridad; además, se implementaron estrategias de marketing digital que contribuyeron al incremento de ingresos. La investigación destacó la importancia del turismo para Ecuador, no solo como un impulso económico, sino también por su contribución a la conservación de la naturaleza y la generación de empleo. Aunque el sector se vio fuertemente afectado por la pandemia, las empresas analizadas lograron tomar decisiones adecuadas y aplicar estrategias útiles que les permitieron mejorar sus ingresos; sin embargo, para una reactivación total, se sugiere la creación de proyectos respaldados por el Gobierno Nacional y políticas que resalten los beneficios naturales de las aguas termales de Urcuquí a nivel mundial.

Palabras clave: Reactivación económica, turismo, Santagua, hotelería, Covid-19.

Incidencia del estilo de liderazgo en la satisfacción laboral en el supermercado Tía de Atuntaqui y Santa María de Otavalo en la provincia de Imbabura – Ecuador

Diana Carolina Paredes Andrade
Universidad Técnica del Norte, Ecuador
dcparedesa@utn.edu.ec

Luis Clemente Calderón Ayala
Universidad Técnica del Norte
lccalderon@utn.edu.ec

RESUMEN

El estudio de Fernández (2020) destaca la creciente importancia de la satisfacción laboral, ya que los empleados que se sienten cómodos en su entorno laboral tienden a demostrar una actitud positiva y un compromiso mayor hacia sus responsabilidades diarias; pero Remón (2013) subraya la necesidad de medir y evaluar constantemente este aspecto crucial para identificar áreas de oportunidad y mejorar las deficiencias en el ambiente laboral y en concordancia con estas perspectivas, se plantea la presente investigación basándose en tres estudios relevantes de Franco (2017), Marín (2017), y Niño (2019). El objetivo fue determinar cómo inciden los factores motivacionales e higiénicos, así como el estilo de liderazgo predominante, en la satisfacción laboral del personal de los supermercados Tía de Atuntaqui y Santa María de Otavalo, así también se buscó establecer las relaciones entre los factores motivacionales y la satisfacción laboral, los factores higiénicos y la satisfacción laboral, así como el estilo de liderazgo predominante y la satisfacción laboral.

En cuanto a la metodología, se llevó a cabo un estudio relacional no paramétrico de casos múltiples mediante encuestas a los empleados de los supermercados mencionados, con un enfoque cuantitativo y un alcance correlacional bivariado, basado en la Teoría Bifactorial de Frederick Herzberg. Los resultados indicaron que en el supermercado Tía predomina el liderazgo natural y en Santa María el liderazgo democrático; ambos estilos muestran correlaciones positivas moderadas con la satisfacción laboral. Otros estudios, como el de Franco (2017) en empresas ecuatorianas, señalan un liderazgo transaccional predominante y su incidencia en la satisfacción laboral, mientras que Niño (2019) destaca un liderazgo transformacional en una empresa colombiana y su fuerte correlación con la satisfacción laboral.

Se concluyó que hay buen nivel de satisfacción laboral en los dos supermercados, pero se identificaron áreas de oportunidad, como la necesidad de reconocimiento; además, se observó que la insatisfacción laboral está vinculada principalmente al estilo

de liderazgo y la remuneración, para contribuir al entendimiento de los factores que influyen en el bienestar de los empleados en este sector específico.

Palabras clave: satisfacción laboral, factores motivacionales, factores higiénicos, estilo de liderazgo.

Subempleo e inversión pública en Ecuador, análisis comparativo a nivel nacional y de la región norte de planificación

Xavier Dávalos G.

Universidad Técnica del Norte, Ecuador.

vxdavalos@utn.edu.ec

RESUMEN

Los países, como Ecuador, requieren un significativo crecimiento en el empleo del sector moderno para absorber su excedente estructural de mano de obra, conocido como oferta de subempleo e informalidad; además, para brindar oportunidades a los desempleados y cesantes. En la actualidad, uno de los indicadores de la crisis ecuatoriana es la alta emigración de personas que buscan mejorar las condiciones para sus familias o enfrentan los elevados niveles de subempleo e informalidad presentes en nuestras ciudades y pueblos. A pesar de los anuncios gubernamentales que periódicamente destacan la ejecución de grandes inversiones públicas para abordar el crecimiento ralentizado en el ciclo económico, no se enfatiza adecuadamente en las causas estructurales del subempleo; pero a menudo se prioriza el desarrollo de inversiones en infraestructura pública, salud y educación, sectores que tienen efectos tanto positivos como negativos sobre el empleo.

En este estudio, el objetivo fue analizar el impacto en la oferta laboral (desempleo y subempleo) a nivel nacional y en la Zona I de Planificación Económica (provincias de Esmeraldas, Imbabura, Carchi y Sucumbíos) a lo largo de los años 2007, 2013 y 2021 en relación con el gasto público sectorial, para determinar cómo incide el gasto público en el desempleo y subempleo a nivel nacional y zonal. Se analizó también el impacto en el mercado laboral nacional y regional del gasto público generado en los sectores económicos de construcción, educación, salud e industria manufacturera (variable de control); además, se estableció una relación en la determinación de la retribución (ingreso laboral) obtenida por los trabajadores en los sectores de la construcción, educación y salud durante los años 2007, 2013 y 2021, considerando que son sectores en los que predomina la inversión pública.

Hace falta estudios comparados sobre el mercado laboral de la construcción, educación y salud entre el nivel nacional y Zona 1 de Planificación. La metodología empleada implicó el uso del estimador de dos pasos (two-step) de Heckman para controlar el problema de selección de la muestra, que es ocasionado por el desgaste (ocupados que salen del conjunto de datos). Este enfoque permitió controlar el efecto de los ocupados

que abandonan la muestra antes de estimar el impacto de la educación, obra pública y salud en el empleo (Puhani, 2000).

Palabras clave: Subempleo, inversión pública, mercado laboral, educación, Ecuador.

Evaluación del riesgo de quiebra financiera del sector comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas en el contexto de la pandemia COVID -19

Rocío León Carlosama
Universidad Técnica del Norte
rgleon@utn.edu.ec

Alba Cevallos Pineda
Universidad Técnica del Norte
agevallosp@utn.edu.ec

Iván Galarza
Universidad Técnica del Norte
isgalarza@utn.edu.ec

Rosa Rodríguez
Universidad Técnica del Norte
rerodriguez@utn.edu.ec

RESUMEN

La pandemia de la COVID-19 dejó huellas profundas en todo el mundo y afectó tanto a las personas como actividades económicas (Chang & Mcaleer, 2020; Nguyen et al., 2021). Este fenómeno llegó a alrededor de 215 países (Purwanto et al., 2023) y generó una crisis sin precedentes impactando de manera significativa en los negocios (United Nations UNCTAD, 2020). En el ámbito empresarial, las compañías enfrentaron considerables reducciones de ingresos, dificultades para acceder a financiamiento y aumento en la probabilidad de insolvencia (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020); escenario que fue particularmente crítico para las micro, pequeñas y medianas empresas a nivel mundial (Chaudhry & Mittal, 2022). En el año 2020, el comercio mundial disminuyó en aproximadamente un 9% en comparación con el año anterior; sin embargo, en 2021, experimentó un aumento récord del 13% (UNCTAD, 2020) y dado el contexto global y la relevancia del sector comercial en Ecuador –que representa un 34,5% de la estructura total de empresas y contribuye significativamente a las ventas nacionales– se planteó evaluar la posible quiebra financiera de las empresas dedicadas al comercio en la Zona 1 del Ecuador.

La investigación adoptó un enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo y utilizó información financiera de las Pymes del sector comercio, obtenida de la Superintendencia de Compañías, correspondiente al código G46 del CIIU 4.0, en las provincias de Carchi, Imbabura, Esmeraldas y Sucumbíos, durante el periodo 2018-2021. La metodología aplicada incluyó el modelo de análisis discriminante múltiple Z"-Score, que utiliza razones financieras de liquidez, rentabilidad, solvencia y actividad (Agustian & Syofyan, 2022; Tung & Phung, 2019a). Se realizaron análisis estadísticos descriptivos y de correlación utilizando herramientas como R Studio y Jamovi para determinar posibles diferencias antes y durante la pandemia. La población fue de 232 empresas; sin embargo,

se identificó datos incompletos quedando 75 para estudio.

De acuerdo con los resultados para el periodo 2018-2019 el rango del Z fue de -0,84 a 49, para el año 2020 y 2021 se observó la misma tendencia, con variación de -5,40 a 35, es decir alguna variable del Z descendió. El indicador que tiene mayor incidencia señala una correlación positiva baja y significativa entre X1, X3 27%; X2 y X3 25% en tanto que, X3 y X4, 45% es positiva moderada y significativa; pero los resultados mostraron una relación lineal con correlación positiva muy fuerte y directamente proporcional entre el indicador Z"-Score y la variable Liquidez X1 para el periodo 2018-2019 ($r_s = 0.832$, $p < 0.05$). La variable liquidez generó mayor impacto en el resultado del modelo Z" Score, seguido de Productividad X3 y Apalancamiento X4 con una correlación positiva considerable. Se concluyó que la ubicación de las empresas en zona segura responde a la asociación que existe entre la liquidez, la eficiencia operativa y la capacidad para hacer frente a las obligaciones, y en el periodo 2020-2021 se identificó un cambio en la relación lineal, entre el indicador Z y las variables X1; mientras que, las demás pasaron de correlación positiva considerable a correlación positiva media, lo que indica que las empresas del sector comercial se vieron afectadas por el impacto de la pandemia. Estos hallazgos permitieron comprender en profundidad las dinámicas financieras en pandemia y proporcionar insights valiosos para la toma de decisiones empresariales.

Palabras clave: Riesgo financiero, ratios financieras, modelo Z de Altman, Covid-19, quiebra.

Grado de digitalización de las Mipymes de Iberoamérica

Juan Guillermo Brucil Almeida
Universidad Técnica del Norte
jgbrucil@utn.edu.ec

Luis Vinicio Saráuz Estévez
Universidad Técnica del Norte
lvsarauz@utn.edu

Lucía Maribel Pinargote Yépez
Universidad Técnica del Norte
Impinargote@utn.edu.ec

RESUMEN

Este trabajo, resultado de la colaboración entre investigadores de más de 100 universidades iberoamericanas, se enfocó en el análisis de la transformación digital en las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de la región. Con la participación activa de numerosas instituciones, se logró recopilar una extensa muestra de 17.948 encuestas, de las cuales más de 2000 provienen de 11 universidades en nuestro país. Ante el cambiante entorno empresarial globalizado y competitivo, se destacó la importancia de la transformación digital como factor clave para mejorar el rendimiento y la competitividad de las empresas.

El diseño de la muestra siguió principios de muestreo estratificado, considerando criterios específicos relacionados con los objetivos del estudio, la estructura de la población y los recursos disponibles. Con un error muestral global del 1,1% y un nivel de confianza del 95%, se obtuvieron tamaños poblacionales de fuentes estadísticas oficiales. Los hallazgos revelaron desafíos significativos en la implementación de la transformación digital en las Mipymes, incluyendo la resistencia de los empleados, la escasez de personal calificado, falta de conocimiento de proveedores tecnológicos, exigencias en ciberseguridad, carencia de cultura empresarial y recursos financieros limitados. Los resultados subrayaron la necesidad de la academia para abordar problemáticas complejas y proporcionar soluciones efectivas que surjan de una radiografía detallada del sector Mipyme, en proyección al fortalecimiento de sus actividades en la era digital.

Palabras clave: Mipymes, digitalización, Iberoamérica, digital, universidad.

Promoción del turismo comunitario sostenible para el buen vivir del adulto mayor en Quinchuquí - Otavalo

Emily Benítez

Universidad Técnica del Norte

edbenitez@utn.edu.ec

Anahí Manosalvas

Universidad Técnica del Norte

almanosalvasg@utn.edu.ec

Mishell Moreta

Universidad Técnica del Norte

mcmoret@utn.edu.ec

Katia Vizcaíno

Universidad Técnica del Norte

krvizcainoc@utn.edu.ec

Gustavo Villares

Universidad Técnica del Norte

hgvillares@utn.edu.ec

RESUMEN

La comunidad de Quinchuquí, ubicada en la parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas del cantón Otavalo, destaca por sus paisajes naturales y su rica cultura kichwa. Con alrededor de 800 familias, Quinchuquí presenta un panorama sociodemográfico donde el 70% se dedica a la producción artesanal, textiles, tejidos y confección de prendas tradicionales de vestir; el 25% a la agricultura y ganadería, y restante 5% al comercio de artesanías y otros. Además de sus atractivos turísticos, la comunidad preserva sus costumbres, celebrando festividades tradicionales y manteniendo una gastronomía auténtica.

Aproximadamente el 12% de la población son adultos mayores, quienes desempeñan un papel crucial en las actividades económicas locales; por lo que, para aprovechar esta riqueza cultural y mejorar las condiciones de vida de la población adulta mayor, se propuso promover el turismo comunitario sostenible. Esta iniciativa busca superar barreras y crear oportunidades solidarias, alentando a la academia a involucrar a los estudiantes en proyectos que contribuyan al desarrollo comunitario inclusivo y solidario, que rompan paradigmas de pobreza y fomenten un enfoque colaborativo.

Palabras clave: Turismo comunitario, desarrollo inclusivo, riqueza cultural, adultos mayores.

La trazabilidad en la cadena de suministros para las Pymes Lácteas

Vacas, Marcelo

Universidad Técnica del Norte

smvacas@utn.edu.ec

Cisneros, Marcelo

Universidad Técnica del Norte

mbcisneros@utn.edu.ec

Saraguro, Ramiro

Universidad Técnica del Norte

rvsaraguro@utn.edu.ec

RESUMEN

La trazabilidad, esencial en múltiples sectores, ha adquirido particular relevancia en la industria láctea debido a las normativas gubernamentales y su papel crucial en garantizar la seguridad alimentaria. Los sistemas de trazabilidad se han convertido en herramientas fundamentales para asegurar la seguridad de los productos lácteos con un seguimiento detallado de su origen, procesos y distribución; en otras palabras, para conocer cuál fue su lugar de origen, el histórico de procesos o transformaciones del producto, su destino final y cuál fue la cadena de distribución entre los distintos lugares transcurridos. Conocer todas las etapas de tránsito del producto, significa poder detectar el punto de origen del problema y la toma de medidas oportunas, además de conocer si esa partida ha llegado al destino final.

Esta investigación se centró en la cadena agroalimentaria de la leche en la Zona 1 de Ecuador, proponiendo una plataforma de cadena de suministro basada en la trazabilidad, con enfoque en productos lácteos como leche y queso fresco. Se abordó la necesidad de descentralizar y actualizar las cadenas de suministro, y se exploró el potencial de tecnologías como Blockchain para transformar las cadenas tradicionales en sistemas descentralizados, transparentes y resistentes a manipulaciones. La propuesta fue más allá de la trazabilidad, pues abordó aspectos como la preservación de valores nutricionales, identificación de adulteración, mejora de la viabilidad económica de las granjas lecheras y prevención de falsificaciones para contribuir al desarrollo sostenible de las PYME lácteas y a la seguridad alimentaria en el Ecuador.

Palabras clave: Trazabilidad, cadena de suministro, industria láctea, blockchain, seguridad alimentaria.





ISBN: 978-9942-845-62-7

