

Boletín de Coyuntura



**OBSERVATORIO ECONÓMICO
Y SOCIAL DE TUNGURAHUA**
"Contribuyendo al desarrollo local y provincial"

**Percepción de los servicios públicos: un análisis del
Departamento de Recaudaciones del Gobierno
Autónomo Descentralizado de Quevedo - Ecuador,
2018**

**Aprendizaje organizacional y beneficios financieros
en Cooperativas de Ahorro y Crédito. Caso
cooperativas de la provincia de Tungurahua - Ecuador**

**La solvencia de las MiPymes en la provincia de
Tungurahua: un análisis desde la perspectiva de
Altman y Ohlson**

**Análisis del comportamiento del consumidor ante el
aumento del impuesto a las bebidas azucaradas en la
ciudad de Ambato, Ecuador**

<https://revistas.uta.edu.ec/revista/index.php/bcoyu/issue/view/203>



**UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE AMBATO**

www.uta.edu.ec

JULIO - SEPTIEMBRE

2022

RECTOR UTA

PhD. Galo Naranjo López
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)

DIRECTORA OBEST

Dra. Tatiana Valle Álvarez
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)

COORDINADORA / EDITORA

Econ. MBA. Ana María Sánchez
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
am.sanchez@uta.edu.ec

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Dr. Williams Aranguren Álvarez
Universidad de Carabobo (Venezuela)
waranguren30@gmail.com

Dr. Miguel Cervantes Jiménez
Universidad Nacional Autónoma de México (México)
miguelc@economia.unam.mx

Dr. Ricardo Fernando Crespo
Universidad Austral (Argentina)
rcrespo@iae.edu.ar

Dr. Benito Hamidian Fernández
Universidad de Carabobo (Venezuela)
bhamidia@uc.edu.ve

Dra. Ariadna Hernández Rivera
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)
ariadna.hernandezr@correo.buap.mx

Dr. Fernando Rodolfo Lemarie Oyarzún
Universidad de Los Lagos (Chile)
rlemarie@ulagos.cl

MSc. Ricardo Arturo Matamoros Moncada
Universidad Nacional Autónoma de Honduras (Honduras)
ricardomatamoros@unah.edu.hn

Dra. Eleonora del Socorro Rodríguez Alonzo
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (Nicaragua)
erodrigueza@unan.edu.ni

Dr. Rolando Sumoza Matos
Universidad de los Andes (Venezuela)
rjsumoza@gmail.com

CONSEJO EDITORIAL

PhD. Guido Andrés Abad Merchán
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
andres.abad@epn.edu.ec

Mg. Fernando Sebastián Albertoli
Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (Argentina)
s_albertoli@yahoo.com

PhD. Wilson Araque Jaramillo
Universidad Andina Simón Bolívar (Ecuador)
wilson.araque@uasb.edu.ec

PhD. Erick Pablo Beltrán Ayala
Universidad San Francisco de Quito (Ecuador)
pbeltran@usfq.edu.ec

Dr. Diego Fernando Católico Segura
Universidad Externado de Colombia (Colombia)
diego.catolico@uexternado.edu.co

PhD. Mary Cruz Lascano
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
me.cruz@uta.edu.ec

PhD. Carlos Mauricio De La Torre Lascano
Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
cdelatorre@uce.edu.ec

PhD. Álvaro Andrés Escobar Espinoza
Universidad de Cartagena (Colombia)
aescobare@unicartagena.edu.co

Dr. Fander Falconí Benítez
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Ecuador)
ffalconi@flacso.edu.ec

Dr. Luis Alberto Jara Sarrúa
Universidad Santiago de Chile (Chile)
luis.jara.sa@usach.cl

Dra. Paola Lamenta Pistillo
Universidad de Carabobo (Venezuela)
paolalamenta@gmail.com

MBA. Alberto López Barrionuevo
Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
ralopez@uce.edu.ec

Dr. Francisco López Herrera
Universidad Nacional Autónoma de México (México)
francisco_lopez_herrera@yahoo.com.mx

Dr. Fredy Richard Llaque Sánchez
Universidad de Lima (Perú)
flaque@gmail.com

Dr. Pablo Willins Mauricio Pachas
Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú)
mauripachas@gmail.com

PhD. Rodrigo Mendieta Muñoz
Universidad de Cuenca (Ecuador)
rodrigo.mendieta@ucuenca.edu.ec

PhD. Carmen Alejandra Ocampo Salazar
Universidad EAFIT (Colombia)
cocampo2@eafit.edu.co

Dra. María Marta Panario Centeno
Universidad Católica Argentina (Argentina)
maria_panario@uca.edu.ar

MBA. Tarquino Patiño Espín
Servicio de Rentas Internas (Ecuador)
tflatino@sri.gob.ec

Dr. Eduardo Ramírez Cedillo
Universidad Autónoma Metropolitana (México)
ramceed@gmail.com

Dr. Rafael Ravina Ripoll
Universidad de Cádiz (España)
rafael.ravina@uca.es

Dr. Frank Rivas Torres
Universidad de los Andes (Venezuela)
ferivas69@gmail.com

Dra. Katia Lorena Rodríguez Morales
Escuela Superior Politécnica del Litoral (Ecuador)
krodrig@espol.edu.ec

Dra. María Luisa Saavedra García
Universidad Nacional Autónoma de México (México)
maluisasaavedra@yahoo.com

PhD. Leonardo Francisco Sánchez Aragón
Escuela Superior Politécnica del Litoral (Ecuador)
lfsanche@espol.edu.ec

PhD. Gonzalo Eduardo Sánchez Lima
Escuela Superior Politécnica del Litoral (Ecuador)
edsanche@espol.edu.ec

Dr. Erik Tapia Mejía
El Colegio de Puebla A.C. (México)
erik.tapia@colpue.edu.mx

Dra. Nora Beatriz Trifaró
Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (Argentina)
nora.trifaro@gmail.com

PhD. Gabriel Jacob Velandia Pacheco
Universidad de la Costa (Colombia)
gvelandi1@cuc.edu.co



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE AMBATO



**OBSERVATORIO ECONÓMICO
Y SOCIAL DE TUNGURAHUA**
"Contribuyendo al desarrollo local y provincial"

Dr. Francisco Venegas Martínez
Instituto Politécnico Nacional (México)
fvenegas1111@yahoo.com.mx

Dr. Percy Antonio Vilchez Olivares
Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú)
pvilchezo@unmsm.edu.pe

Dr. Pedro Fabricio Zanzzi Díaz
Escuela Politécnica del Litoral (Ecuador)
pzanzzi@espol.edu.ec

Mg. Pedro Zapata Sánchez
Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ecuador)
zapatapetro53@hotmail.com

PhD. Carlos Alberto Zúñiga González
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León (Nicaragua)
czuniga@ct.unanleon.edu.ni

COMITÉ EXTERNO

MSc. Alvin Orlando Aguilar Ortega
Universidad Tecnológica Centroamericana (Honduras)
aaquilarortega@gmail.com

MBA. Andrés Esteban Aguilar Viteri
Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
aeaguilar@uce.edu.ec

MSc. Juan Francisco Aguilar Viteri
Universidad de Las Américas (Ecuador)
juanjfav@hotmail.com

MSc. Leinad Johan Alcalá Sandoval
Universidad Nacional Autónoma de México (México)
leinadalcala@hotmail.com

Mg. Jaime Roddy Andocilla Cabrera
Universidad Estatal de Milagro (Ecuador)
jandocillac@unemi.edu.ec

MBA. Viviana Avellán Herrera
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato (Ecuador)
bavellan@pucesa.edu.ec

Dr. Alfredo Esteban Barreiro Noa
Universidad Metropolitana (Ecuador)
barreironoa@gmail.com

MSc. Cinthya Daniela Barrera Rodríguez
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Ecuador)
cbbarrerafl@flacso.edu.ec

PhD. Katina Vanessa Bermeo Pazmiño
Universidad Católica de Cuenca (Ecuador)
bermeovanessa@yahoo.com

Mg. Fernando Marcelo Borja
Universidad Tecnológica Equinoccial (Ecuador)
bbf2616@gmail.com

MSc. Andrés Cabrera Narváez
Universidad Central (Colombia)
acabreran@ucentral.edu.co

MSc. John Cajas Guijarro
Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
jcajasg@uce.edu.ec

MSc. Segundo Marvín Camino Mogro
Universidad Espíritu Santo (Ecuador)
segundo.camino@gmail.com

Mg. Jorge Luis Chafía Granda
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (Ecuador)
jorge.chafia@esPOCH.edu.ec

MSc. Gladys Coello Gómez
Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE (Ecuador)
ggcoello@espe.edu.ec

PhD. Javier Alejandro Cuestas Caza
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
javier.cuestas@epn.edu.ec

MSc. Gabriela Monserrath Duque Espinoza
Universidad del Azuay (Ecuador)
gduque@uazuay.edu.ec

MSc. Franqui Esparza Paz
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (Ecuador)
franqui.esparza@esPOCH.edu.ec

Dr. Jaime Eduardo Estay Reyno
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)
jaimeestay@hotmail.com

Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya
Universidad César Vallejo (Perú)
victorhugofernandezbedoya@gmail.com

MSc. Jorge Javier Flores Pérez
Universidad Tecnológica del Perú (Perú)
flores.jorge@puCP.pe

MSc. Lorena Freire Guerrero
Corporación de Seguro de Depósitos (Ecuador)
lorefreireg@hotmail.com

MBA. Iván Patricio Granda González
Servicio de Cesantía de la Policía Nacional (Ecuador)
ivangranda@gmail.com

PhD. Grace Carolina Guevara Rosero
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
carolina.guevara@epn.edu.ec

PhD. Giovanni Herrera Enríquez
Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE (Ecuador)
gpherrera@espe.edu.ec

Mg. Juan Pablo Hincapié Mejía
Universidad del Valle (Colombia)
juan.pablo.hincapie@correounivalle.edu.co

PhD. Nelson José Labarca Ferrer
Universidad Técnica de Manabí (Ecuador)
nelson.labarca@utm.edu.ec

Dr. Marlon Santiago Leal Paredes
Instituto Superior Tecnológico Cotacachi (Ecuador)
sleal@institutocotacachi.edu.ec

PhD. Juan Carlos López Gutiérrez
Universidad Técnica del Norte (Ecuador)
jclopez@utn.edu.ec

Dra. Grace Yolanda Llerena Sarsoza
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
grace_yoly@yahoo.es

Dra. Marta Magadán Díaz
Universidad Internacional de La Rioja (España)
marta.magadan@unir.net

Dra. Laura Margarita Medina Celis
Universidad de Guadalajara (México)
medinacelis@gmail.com

MSc. Fabián Mera Bozano
CODEX (Ecuador)
efmera@hotmail.com

MSc. Pedro Humberto Montero Tamayo
Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)
pmontero@ups.edu.ec

MSc. Lourdes Cumandá Montesdeoca Espín
Universidad Central del Ecuador (Ecuador)
lmontesdeoca@flacso.edu.ec

Dr. Juan de Dios Morales
Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ecuador)
juan_mg75@yahoo.com

Mg. Mario Alberto Moreno Mejía
Universidad Indoamérica (Ecuador)
ambacami@yahoo.com

Dr. Vlashkiv Mosquera Aldana
Escuela Superior para la Tecnología y la Innovación (México)
vlaskmo@hotmail.com

MSc. Bryan Steven Pérez Almeida
SuiDati Consultora S.A.S. (Ecuador)
bperez@suidati.com

MBA. Marco Antonio Piedra Aguilera
Universidad del Azuay (Ecuador)
mapiedra@uazuay.edu.ec

MSc. Kathia Eliana Pinzón Venegas
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Ecuador)
kepinzonff@flacso.edu.ec

Dr. Sergio Pozo Ceballos
Universidad de La Habana (Cuba)
sergiop@fci.uh.cu



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE AMBATO



**OBSERVATORIO ECONÓMICO
Y SOCIAL DE TUNGURAHUA**
"Contribuyendo al desarrollo local y provincial"

Mg. Jasleidy Astrid Prada Segura
Corporación Universitaria Minuto de Dios (Colombia)
jpradasegur@uniminuto.edu.co

MSc. Roberth Fabián Ramírez Granda
Universidad de Guayaquil (Ecuador)
rofaramirezq@gmail.com

MSc. José Luis Román Vásquez
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
luis.roman@epn.edu.ec

Mg. Daniel Isaac Roque
Corporación Universitaria Iberoamericana (Colombia)
danyisaac82@gmail.com

PhD. José Augusto Salas Ávila
Universidad Católica del Maule (Chile)
jsalas@ucm.cl

Dr. Virgilio Eduardo Salcedo Muñoz
Universidad Técnica de Machala (Ecuador)
vsalcedo@utmachala.edu.ec

Dr. Napoleón Guillermo Sánchez Chóez
Escuela Politécnica Nacional (Ecuador)
napoleon.sanchez@epn.edu.ec

Dr. Pedro Leonardo Tito Huamaní
Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú)
pedrotito18@gmail.com

PhD. Luis Bayardo Tobar Pesántez
Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)
ltobar@ups.edu.ec

MSc. María Elena Torrens Pérez
Universidad Hemisferios (Ecuador)
mtorrensp@profesorescol.imf.com

Dra. Patricia Torres Rivera
Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México)
patricia.torres@uaslp.mx

MSc. Juan Antonio Umazor Mejía
Universidad Nacional Autónoma de Honduras (Honduras)
juan.umazor@unah.edu.hn

MSc. Santiago Ramón Valladares Vásquez
Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)
svalladares@ups.edu.ec

Dra. Sofía Elba Vázquez Herrera
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (México)
sofiaelba.vazquez@upaep.mx

Dr. Ricardo Rubén Vega Bois
Universidad de Los Lagos (Chile)
ricardo.vega@ulagos.cl

PhD. Vladimir Vega Falcón
Universidad Regional Autónoma de los Andes (Ecuador)
vega.vladimir@gmail.com

Dr. Hilarión José Vegas Meléndez
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí (Ecuador)
hvegas@pucem.edu.ec

PhD. Fernando Vera Sánchez
Universidad Anáhuac Puebla (México)
fernando.verasa@anahuac.mx

COMITÉ INTERNO

PhD. Patricio Carvajal Larenas
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
ramirocarvajal@uta.edu.ec

PhD. Christian Franco Crespo
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
cf7996@gmail.com

EQUIPO TÉCNICO

Ing. Carolina Freire Paredes
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
lc.freire@uta.edu.ec

Ing. Fernando Mayorga Núñez
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
fa.mayorga@uta.edu.ec

Econ. MBA. Tatiana Vayas Carrillo
Universidad Técnica de Ambato (Ecuador)
tl.vayas@uta.edu.ec

Publicación Trimestral
BOLETÍN DE COYUNTURA
JULIO – SEPTIEMBRE 2022
Número 34
e-ISSN 2600-5727 / p-ISSN 2528-7931
Revista electrónica

Convocatoria

La recepción de artículos es abierta durante todo el año y se publican en los periodos establecidos en la revista

OBSERVATORIO ECONÓMICO Y SOCIAL DE TUNGURAHUA

Dirección: Universidad Técnica de Ambato, campus Huachi Av. Los Chasquis y Río Payamino. Facultad de Contabilidad y Auditoría (subsuelo), AMBATO (Ecuador). Casilla 180104

Teléfonos: (593) 03-2848487 ext. 102

Fax: (593) 032844362 ext. 111

ÍNDICE

Editorial	06
Percepción de los servicios públicos: un análisis del Departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo - Ecuador, 2018 Perception of public services: an analysis of the Department of Revenues of the Decentralized Autonomous Government of Quevedo - Ecuador, 2018 León Arguello, Nelson Bucheli, Walter Purcachi, Mario Pérez	07
Aprendizaje organizacional y beneficios financieros en Cooperativas de Ahorro y Crédito. Caso cooperativas de la provincia de Tungurahua – Ecuador Organizational learning and financial benefits in cooperatives of saving and credit. Cooperatives case of the province of Tungurahua – Ecuador Andrés López, María Gómez, Diana Silva, Oscar López.....	16
La solvencia de las MiPymes en la provincia de Tungurahua: un análisis desde la perspectiva de Altman y Ohlson The solvency of MSMEs in the province of Tungurahua: an analysis from the perspective of Altman and Ohlson Daniela Chachipanta, Ana Córdova, Mayra Bedoya, Germán Salazar.....	25
Análisis del comportamiento del consumidor ante el aumento del impuesto a las bebidas azucaradas en la ciudad de Ambato, Ecuador Analysis of consumer behavior in the face of the increase in the tax on sugary drinks in the city of Ambato, Ecuador Juan Martínez, Tito Mayorga, Juan Pérez, Cynthia Vega	35
Lineamientos del Boletín de Coyuntura.....	47

EDITORIAL

La edición número 34 del Boletín de Coyuntura presenta a continuación cuatro publicaciones. La primera corresponde a los autores León Arguello Núñez, Nelson Bucheli Espinoza, Walter Purcachi Aguirre y Mario Pérez Arévalo, y aborda el tema sobre la “Percepción de los servicios públicos: un análisis del Departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo - Ecuador, 2018”, a través de esta investigación lograron calcular un índice de percepción de 4,24 puntos, siendo el máximo 7, utilizando el modelo SERVQUAL lo que se traduce en la indiferencia del usuario ante el servicio que reciben del GAD de Quevedo.

Considerando que, el aprendizaje organizacional se ha convertido en un proceso dinámico e innovador dentro de las organizaciones, Andrés López Gómez, María Gómez Romo, Diana Silva Ajila y Óscar López Solís, a través de su artículo “Aprendizaje organizacional y beneficios financieros en Cooperativas de Ahorro y Crédito. Caso cooperativas de la provincia de Tungurahua – Ecuador”, analizan este tipo de aprendizaje y los beneficios financieros de 24 cooperativas de ahorro y crédito de la provincia de Tungurahua. Como conclusión principal, el estudio demuestra la existencia de correlaciones significativas entre las dimensiones del aprendizaje organizacional y una correlación significativa moderada de carácter positivo entre el aprendizaje organizacional y los beneficios financieros.

En tercer lugar, se presenta el artículo titulado “La solvencia de las MiPymes en la provincia de Tungurahua: un análisis desde la perspectiva de Altman y Ohlson” autoría de Daniela Chachipanta Cárdenas, Ana Córdova Pacheco, Mayra Bedoya Jara y Germán Salazar Mosquera, estudio desarrollado en 200 empresas de distintos sectores económicos de la provincia de

Tungurahua entre 2016 y 2019. Los autores realizaron una comparación de los modelos de Altman y Ohlson para poder evaluar las amenazas de estabilidad financiera de las empresas. Estos modelos alcanzaron aciertos muy significativos dando paso a la toma de decisiones oportunas y evitando el cierre de estas empresas. Además, se pudo determinar que el grado de precisión y de confiabilidad entre los modelos circunda del 70 al 90%.

Finalmente, el artículo “Análisis del comportamiento del consumidor ante el aumento del impuesto a las bebidas azucaradas en la ciudad de Ambato, Ecuador” tiene como objetivo determinar la influencia del Impuesto a los consumos especiales en Ecuador en el consumo de bebidas azucaradas en el cantón Ambato. Para esto, Juan Martínez Mesías, Tito Mayorga Morales, Juan Pérez Briceño y Cynthia Vega Vinueza realizaron un análisis de preferencias de los consumidores a través de la descripción del PREFMAP. Para concluir, se identificó una disminución en el consumo de bebidas azucaradas debido al Impuesto de Consumos Especiales (ICE). Esto se determinó al evidenciarse un valor p significativo al 1%, además de que se reconoció que el valor del estadístico t de Student de 6,987 es mayor que el valor crítico de 2,2446, razón por la cual se comprueba la hipótesis alterna.

Con estos artículos damos por concluida la penúltima publicación del Boletín de Coyuntura del año 2022 y continuamos con la misión de difundir la investigación producida a nivel local, nacional e internacional.

Econ. MBA. Ana María Sánchez
COORDINADORA / EDITORA

Percepción de los servicios públicos: un análisis del Departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo - Ecuador, 2018

Perception of public services: an analysis of the Department of Revenues of the Decentralized Autonomous Government of Quevedo - Ecuador, 2018

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1795>

León Arguello-Núñez¹; Nelson Bucheli-Espinoza²; Walter Purcachi-Aguirre³; Mario Pérez-Arévalo⁴

Fecha de recepción: 19 de diciembre de 2020

Fecha de aceptación: 12 de septiembre de 2022

Resumen

El propósito de este artículo es realizar un análisis de la percepción que tiene la ciudadanía de Quevedo-Ecuador, acerca de la calidad de los servicios que ofrece el departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de este cantón, a través del modelo que mide esta percepción, denominado SERVQUAL. El método de investigación aplicado es el descriptivo con un enfoque cuantitativo. Se aplicaron encuestas con base a cuatro dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. El porcentaje obtenido en el análisis de Cronbach fue de 0,96, como índice de fiabilidad e indicador de la consistencia interna de los ítems. La percepción de la calidad resultó ser de 4,24 de un máximo de 7 puntos, es decir, el servicio recibido por los usuarios es indiferente. Sin embargo, se pronunciaron manifestando que existe una falta de empatía por parte de los funcionarios, por lo que se encuentran inconformes, siendo este pronunciamiento un motivo para revisar la calidad de atención a los ciudadanos.

Palabras clave: SERVQUAL, calidad del servicio, rentas y recaudaciones, gestión municipal, usuarios.

Abstract

The purpose of this article is to carry out an analysis of the perception that the citizens of Quevedo-Ecuador have, about the quality of the services offered by the Department of Collections of the Decentralized Autonomous Government of this canton, through the model that measures this perception, named SERVQUAL. The applied research method is descriptive with a quantitative approach. Surveys were applied based on four dimensions: tangibility, reliability, responsiveness, security and empathy. The percentage obtained in the Cronbach analysis was 0,96, as a reliability index and an indicator of the internal consistency of the items. The perception of quality turned out to be 4,24 out of a maximum of 7 points, that is, the service received by users is indifferent. However, they spoke out stating that there is a lack of empathy on the part of the officials, for which they are dissatisfied, this statement being a reason to review the quality of care for citizens.

Keywords: SERVQUAL, quality of service, income and collections, municipal management, users.



Esta publicación se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - NoComercial 4.0 Internacional.

¹ Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Facultad de Ciencias Empresariales. Quevedo- Ecuador. E-mail: larguello@uteq.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2472-5570>

² Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Facultad de Ciencias Empresariales. Quevedo- Ecuador. E-mail: nbucheli@uteq.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5210-2322>

³ Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Facultad de Ciencias Empresariales. Quevedo- Ecuador. E-mail: wpurcachi@uteq.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1447-3346>

⁴ Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Facultad de Ciencias Empresariales. Quevedo- Ecuador. E-mail: mperez@uteq.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7283-7457>

Introducción

Los gobiernos locales deben preocuparse en ofrecer servicios de calidad y calidez a los usuarios, por cuanto constituye la principal tarea de su administración, por eso es importante conocer la opinión de los usuarios, se debe medir la percepción de los servicios públicos con el objetivo de establecer mejoras en los servicios.

El art. 52 de la Constitución del 2008, establece, “Las personas tienen derecho a disponer de servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad...”, de igual forma, el art. 53 establece que “Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación...”. Lo que se busca con la oferta de servicios de calidad por parte de los gobiernos locales es contribuir al bienestar de la comunidad.

Con estos antecedentes, la presente investigación tiene como objetivo, determinar la percepción de la calidad en los servicios ofrecidos por el área de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo (de aquí en adelante GADQ), para así establecer el nivel de satisfacción y posteriormente sugerir propuestas de mejora. La prestación de los servicios públicos corresponde a una actividad del GADQ para satisfacer las necesidades primordiales y mejorar las condiciones de vida de sus habitantes. Para llevar a cabo esta función, el municipio debe desarrollar y realizar las labores de organización, administración, funcionamiento y construcción de relaciones con el usuario de los servicios del municipio (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, 2015).

Es lamentable que en muchos municipios no exista una verdadera calidad en el servicio, no existen indicadores de gestión o desempeño para medir o evaluar la calidad de los servicios que ofrecen a la comunidad (Escobal, et al. 2017). Se presentan algunos problemas con los servicios ofrecidos por el GADQ, por nombrar algunos: no considera la opinión de sus ciudadanos, los usuarios no pueden enviar quejas y sugerencias de los servicios que prestan, no existe el servicio en línea, no ofrecen información sobre los servicios que se deben pagar en el GADQ, no responden a las consultas realizadas por los usuarios a través de la página web.

Es necesario identificar los factores críticos de éxito que constituyen el núcleo de las expectativas de los usuarios, debemos pensar de afuera hacia adentro, para ello es importante conocer las necesidades, experiencias y expectativas de los usuarios (Ibarra y Espinoza, 2014), solicitar la opinión del usuario/a sobre la satisfacción del servicio que le está ofreciendo el GAD de Quevedo; y enfatizar en la importancia del personal, proveedores o prestadores de los servicios, porque son las personas claves en el proceso de la prestación de servicios y de manera especial cuando surge una situación de conflicto o de insatisfacción con los usuarios (Medina, et al. s.f.), para

con base a la capacidad de respuesta ante este problema, solucionarlo de manera inmediata.

La mejora continua de los entes locales requiere en gran medida, hacer del ciudadano, el centro de la acción administrativa. Desde esta perspectiva, resulta necesario aumentar los esfuerzos para mejorar el conocimiento del administrado como cliente. En este sentido, la gestión de la información sobre la percepción ciudadana de los servicios públicos permite mejorar los resultados de las políticas municipales. Con el propósito de mejorar continuamente los servicios del GADQ, se debe gestionar las relaciones con los ciudadanos, y así, mejorar la toma de decisiones y prestación de los servicios.

Los funcionarios públicos, para servir con calidad, deben tener en cuenta las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos. Para esto, es necesario comprender lo que satisface a los ciudadanos y con base a que analizan y evalúan la calidad de los servicios (Agencia Estatal de Evaluación de las Políticas Públicas y la Calidad de los Servicios, 2009).

Todo ello, lleva a los Gobiernos Autónomos Descentralizados a empezar a trabajar en la gestión de la calidad y más específicamente, en la utilización de la calidad percibida como instrumento de medida sobre la forma de actuar de las organizaciones, para conseguir, posteriormente, y gracias a la relación existente entre ambos conceptos, un alto grado de satisfacción del cliente externo. Entonces, puede decirse que, a través de una administración abierta y orientada a la eficacia externa, la filosofía basada en la calidad, coloca al ciudadano en el lugar central del debate. Para este estudio de investigación trabajaremos con el modelo SERVQUAL que ha sido utilizado en diferentes contextos, ámbitos y situaciones, tanto en el sector industrial como en servicios dados por entidades no lucrativas (Gutiérrez, et al. 2008). El artículo está dividido en 6 partes: Modelo conceptual de la calidad de los servicios (SERVQUAL), dimensiones, calidad de los servicios públicos, metodología, resultados y conclusiones.

Principales modelos de gestión de calidad

Los modelos para implantar la gestión de calidad tanto en instituciones públicas y privadas son numerosas, entre las más importantes tenemos: **El modelo EFQM** (European Foundation for Quality Management) creado por la Fundación Europea en 1988, tiene como característica los siguientes principios: orientación hacia los resultados; orientación hacia el cliente; liderazgo y coherencia; gestión por procesos y hechos; desarrollo e implicación de las personas; proceso continuo de aprendizaje, innovación y mejora; desarrollo de alianzas; responsabilidad social de la organización y ética. **El modelo EVAM** (Evaluación, Aprendizaje y Mejora), creado en el 2009. El modelo Malcolm Baldrige, la calidad de los productos y servicios está dada por la formación y la implicación de los empleados y colaboradores de todos los niveles de la empresa (Romero, 2011). La escala **SERVPERF** analiza solo las percepciones, no considera a las expectativas. Lo que se busca evitar es la dificultad en la interpretación de las expectativas, en su variabilidad en el transcurso de la

prestación del servicio, y en las preguntas respecto a las percepciones (Cronin y Taylor, 1999). Se fundamenta en las percepciones del encuestado, ya que expresa el nivel de efectividad en lo que se desea analizar. Con esto se puede manifestar la eficacia de que los clientes o personas que usan el servicio, expresan su valoración sobre el servicio recibido.

Modelo conceptual de la calidad de los servicios: SERVQUAL

Cuando mencionamos calidad de servicio existe una contribución que se centra en la percepción que tiene el usuario en la calidad recibida, el modelo SERVQUAL especifica la calidad del servicio como las diferencias entre las percepciones del cliente ante la oferta de un servicio con las expectativas que se había formado el cliente anteriormente, se la conoce también como el modelo de los gaps. Cuando las percepciones del servicio son menores a las expectativas, existe insatisfacción en el servicio; cuando las percepciones del servicio son iguales a las expectativas del servicio, existe satisfacción en el usuario y cuando las percepciones del servicio son mayores a las expectativas, el usuario se siente totalmente complacido (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993).

Para Parasuraman et al (1993), los clientes generan sus expectativas por la comunicación boca-oído, entre los usuarios de un servicio que se puede dar a través de una comunicación verbal positiva; las experiencias que ha tenido el usuario del mismo servicio o de servicios similares; las necesidades de los usuarios que desean satisfacer y de las estrategias de comunicación externa que realiza la empresa que ofrece servicios.

Este modelo nos proporciona el objetivo a seguir para identificar las necesidades y expectativas de los usuarios. Así mismo, también se puede utilizar el modelo para conocer la percepción que tiene el cliente respecto a un servicio entregado (Ayuntamiento de Castellón, 2014). Para este trabajo de investigación, se ha considerado analizar la percepción que tiene la comunidad de Quevedo ante los servicios que ofrece el departamento de recaudaciones del GAD de Quevedo, es decir, cómo valoran las personas los servicios o dicho de otra manera como reciben y evalúan los servicios (SERVPERF). Algunos trabajos de investigación han considerado estos modelos (SERVQUAL-SERVPERF) para evaluar y medir la calidad de los servicios en instituciones públicas, tenemos las siguientes:

Tabla 1. Trabajos de investigación sobre SERVQUAL-SERVPERF

Trabajo de investigación	Resultados	Autor/Autores
Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao	El nivel de calidad del servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011- 2012, era de 3,39 promedio ponderado de 3,39 respecto a la tabla de expectativas y percepciones, indicando un nivel medio de satisfacción.	Suarez, R. (2016)
La calidad de la atención en los Servicios Sociales del Ayuntamiento de Tacoronte, desde la perspectiva de los/as usuarios/as, "Estudio sobre el nivel de satisfacción de los/as usuarios/as de las UTS de los Servicios Sociales del Ayuntamiento de Tacoronte".	La mayoría de los/as usuarios/as se muestran satisfechos/as con los todos los aspectos relacionados con la intervención de la trabajadora social, excepto con la puntualidad y la información que les proporcionan en materia de derechos y ayudas. Así mismo, valoran positivamente las instalaciones del Servicio, la ubicación del mismo y el horario de atención al público del que disponen.	Álvarez, A. (2014)
Análisis de la calidad percibida en usuarios/as de servicios sociales comunitarios	El ámbito más valorado es el de la seguridad y la confianza que transmiten los profesionales en el trato, lo que presenta menor puntuación es el de la capacidad de respuesta. El índice general de satisfacción alcanza 6,21 puntos en una escala de 7	Medina y Medina (2011)
Calidad percibida en los servicios sociales de inclusión. Una aproximación desde el caso de Avilés (Asturias)	Las calificaciones han sido buenas al estar la percepción de calidad en torno a los nueve puntos sobre diez.	Arenas, M. (2015)
Evaluación de la calidad percibida en los centros de atención infantil temprana de la provincia de Málaga. Tesis doctoral	Para los usuarios es importante dentro de los aspectos tangibles: las condiciones ambientales del centro y el material que se utiliza y en cuanto a los aspectos intangible los más valorados son: atención al usuario y cualificación del personal	Romero, R. (2011)
La calidad en los servicios públicos desde la perspectiva del consumidor: el caso de la empresa pública municipal de agua potable y alcantarillado de Santo Domingo (EPMAPA-SD)	Los niveles totales de satisfacción de los consumidores son (50,1%) y los de insatisfacción (49,1%) . Únicamente la Dimensión de Tangibles obtuvo moderados niveles de superioridad entre satisfacción e insatisfacción	Aredondo, W. y Gomez, R. (2017).
Propuesta metodológica con base al modelo SERVQUAL para evaluar el servicio de acceso y certificación a la información pública del archivo central de la administración pública. Tesis	Se evidencian que con base al modelo no cumplen con las expectativas de los usuarios ya que lo que están recibiendo difiere de lo que ellos esperan recibir del servicio.	Erazo, M. (2016)
Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio	Se concluye que la calidad de los servicios entregados por los centros de atención a clientes Telcel en la ciudad de Hermosillo, Sonora, es aceptable con una calificación promedio de 3.97 sobre 5.00	Ibarra, L. y Casas, E. (2014)
Implementación del modelo Servperf como herramienta para el diagnóstico y propuesta de mejoras en la prestación del Servicio. Caso: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Agencia Riobamba	La falta de capacitación, rapidez en la atención y la ausencia de empatía, son factores que impiden la prestación de un servicio de calidad	Sánchez, J. y otros (2019)

Fuente: Elaboración propia con base a la revisión bibliográfica (2018)

Dimensiones del modelo SERVQUAL

El modelo agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio:

Fiabilidad: Se refiere a la habilidad de los prestadores de servicios para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumpla con lo que ofrece, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.

Sensibilidad o capacidad de respuesta: Es la disposición hacia los usuarios, para ofrecerles un servicio rápido y adecuado. Esta relacionado a la atención y pronta respuesta a los problemas, preguntas y quejas de los clientes.

Seguridad: Es el conocimiento y atención de los prestadores de servicios y sus habilidades que inspiran credibilidad y confianza.

Empatía: Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus usuarios. Se debe ofrecer un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.

Elementos tangibles: Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2009).

La calidad de los servicios públicos. Implementación en los Gobiernos Autónomos Descentralizados

Las empresas tienen que ofrecer servicios de calidad a sus clientes para mantenerse en el mercado, esta afirmación también se debería reflejar en las instituciones públicas, específicamente en los municipios, para lograr una buena aceptación entre los ciudadanos, caso contrario una insatisfacción de los ciudadanos por los servicios que ofrecen las entidades públicas, cuestionarían la eficacia de la gestión pública. Conocer de primera mano lo que tiene que decir el consumidor respecto a la calidad percibida por ellos a la prestación de los servicios que ofrecen algunas instituciones públicas, es clara la demostración que la administración pública está al servicio de sus ciudadanos, posibilitando que sus respuestas y acciones estén encaminadas a dar preferencia a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus usuarios (Aredondo y Gomez, 2017). Es necesario partir de un nuevo enfoque, considerando al ciudadano como cliente, consumidor individual de los servicios prestados (Medina y Medina, 2011). La satisfacción de los usuarios de estos servicios va relacionada a la percepción que tienen de los servicios recibidos y a las expectativas que tenían del mismo (Hernando, A. 2013).

Las instituciones públicas necesitan desarrollar también calidad en sus procesos y servicios para cumplir con su función básica, de asegurar el bienestar de la población (Catalán, s.f.). La administración pública actualmente está haciendo grandes esfuerzos en atender a sus usuarios, por ello vemos las diferentes iniciativas que se están implementando, como certificaciones y gestión de calidad (Medina y Medina, 2011). En el Ecuador se establece como

una de las funciones en el caso de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales en el art. 54 del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD) "Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y en dicho marco, prestar los servicios públicos y construir la obra pública cantonal correspondiente, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, Subsidiariedad, participación y equidad.

Metodología

La investigación es descriptiva, se reseñan hechos, situaciones y características de un objeto de estudio, en este caso, para evaluar la calidad en el servicio que ofrece el área de recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo se utilizó la metodología SERVQUAL, para ello se realizó la encuesta, adaptándola a las áreas mencionadas. Consideramos la aplicación de una investigación de tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo. Mediante el cuestionario evaluamos la percepción que tienen los usuarios del servicio ofrecido. Este cuestionario posee 21 preguntas y evalúa las dimensiones de: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La muestra fue aleatoria y la investigación fue no experimental transversal, así mismo se utilizó, la técnica de estadística descriptiva.

Para obtener la información se acudió a las áreas determinadas con el propósito de aplicar los cuestionarios a los usuarios que acuden a que se les proporcione un servicio. Se realizó un muestreo sistemático para poder establecer a cuantas personas se aplicarían el cuestionario. Primero se monitoreo cada área para estimar cuantas personas acuden diariamente y posteriormente se distribuyeron por horas, desde las 8:00 hasta las 18:00, desde el 01 al 09 de noviembre del 2018, con estos antecedentes se encuestó a 384 usuarios. El material que se utilizó para el desarrollo de esta investigación fue el cuestionario, esta herramienta evalúa la percepción y expectativas para obtener la calidad en el servicio, mismo que fue adaptado para cada una de las áreas a evaluar.

El cuestionario de percepciones fue evaluado, usando una escala de Likert de 7 puntos, codificada desde totalmente satisfecho (7) hasta totalmente insatisfecho (1), así mismo se especifica el rango porcentual de satisfacción del usuario, de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 2. Escala LIKERT para medir la satisfacción del usuario

Escala	Significado	Rango % de satisfacción
1	Totalmente insatisfecho	0-15
2	Moderadamente insatisfecho	15-30
3	Ligeramente insatisfecho	30-45
4	Ni insatisfecho y satisfecho	45-55
5	Ligeramente satisfecho	55-70
6	Moderadamente satisfecho	70-85
7	Totalmente satisfecho	85-100

Fuente: Elaboración propia a partir de Metodología de la Investigación (Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. 2010)

Procedimiento:**1. Identificar las áreas y el servicio que ofrecen**

Este primer paso para la identificación de cada área se hizo un recorrido con los encargados y se mostró los procesos que realiza cada una para obtener un mejor conocimiento de éstas, con el fin de describir los servicios que ofrecen cada una.

2. Adaptar el cuestionario a la herramienta SERVQUAL

Se atribuyó una escala de respuestas de 7 niveles, siendo el número 1 (totalmente insatisfecho) y el número 7 (totalmente satisfecho).

3. Aplicar prueba piloto

Se realizó la prueba piloto del cuestionario con el fin de conocer el tiempo que tarda un cliente en contestar un cuestionario, para ver si su redacción es entendible y para conocer la reacción de los clientes al contestar el cuestionario.

4. Determinar el tamaño de la muestra

Para este punto se utilizó la fórmula empleada en el muestreo sistemático que se muestra a continuación para la estimación de proporciones de población, la cual consiste en aplicar un método sistemático de selección de los elementos que conformarán la muestra.

$$n = \frac{(Z^2 pq)}{d^2}$$

Dónde:

z = Valor del desvío normal al correspondiente nivel de confianza 95% = (1,96)

p = Probabilidad de caso de éxito.

q = Probabilidad de caso desfavorable.

d = Error máximo admisible predicción mínima establecida (5%).

5. Determinar la frecuencia de aplicación

Para la elaboración de este punto se acudió a las áreas bajo estudio con el fin de aplicar los cuestionarios a los clientes que acuden a que se les proporcione un servicio. Para el llenado de los cuestionarios se les pidió de forma atenta que sean honestos con sus respuestas para que los resultados fueran lo más confiables posibles. Se siguió el muestreo sistemático para poder establecer cada que tantas personas se aplicarían cada cuestionario.

Primero se monitoreo cada área para estimar cuantas personas acuden diario, después se consultó al personal para verificar si coincidían datos, para después, obtener un promedio aproximado de cuantas personas acuden semanalmente. Una vez que se tiene el número de muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$K = \frac{N}{n}$$

Dónde:

K= Constante del muestreo sistemático

N= Total de la población

n= Tamaño de la muestra

Con la aplicación de esta fórmula se obtuvo la frecuencia con que se aplicaron los cuestionarios, es decir, cada que

tantas personas que fueron consideradas para llenar el cuestionario.

6. Aplicar cuestionarios

La aplicación de los cuestionarios en las áreas se hizo con base a un plan que se elaboró variando los días de la semana y el horario, así también respetando la frecuencia que se obtuvo en el muestreo.

7. Organizar la información

Una vez aplicados los cuestionarios, se pasó la información obtenida en cada uno de ellos a una base de datos utilizando el programa SPSS 20, con el fin de registrar y que permita ver los resultados de una manera más clara.

8. Interpretar resultados

Se hizo un gráfico de barras para las cinco dimensiones el cual ayudó a determinar en cuál de éstas hay una área de oportunidad, además se hizo una tabla mostrando los promedios de las cinco dimensiones y el promedio general del área evaluada, dicho de otra forma, se midió la satisfacción general teniendo en cuenta la valoración global de los servicios recibidos en el departamento de rentas y recaudaciones y por último se hizo una lista de la sección de comentarios la cual ayudó a identificar en lo que el cliente no está conforme respecto al servicio.

Resultados

Tabla 3. Resultados agrupados de percepción de la calidad de los servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totamente insatisfecho	1	0,3	0,3	0,3
Moderadamente insatisfecho	34	8,9	8,9	9,1
Ligeramente insatisfecho	77	20,1	20,1	29,2
Ni insatisfecho ni satisfecho	54	14,1	14,1	43,2
Válidos Ligeramente satisfecho	71	18,5	18,5	61,7
Moderadamente satisfecho	93	24,2	24,2	85,9
Totamente satisfecho	54	14,1	14,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2018)

En el puntaje agrupado, el 38,3% está moderadamente y totalmente satisfecho, ligeramente satisfecho el 18,5%, mientras que el 30% aproximadamente moderadamente y ligeramente insatisfecho, el 14% es indiferente. Nos damos cuenta que en su totalidad no hay satisfacción de los servicios recibidos, obtener resultados positivos, significa aprobar y legitimar las dimensiones de la calidad del servicio y prestaciones que tratamos en la encuesta.

Análisis por dimensiones**Bienes tangibles**

La opinión de los usuarios sobre las instalaciones físicas se midió con la escala tipo Likert, las preguntas hacen referencia a como han percibido el servicio en las áreas de recaudaciones y rentas, considerando sus atributos, se han tomado en cuenta las siguientes variables: equipos y tecnologías modernas, instalaciones limpias, organizadas y

aptas para ofrecer un buen servicio, buena apariencia personal y si los materiales relacionados con el servicio (folletos, trípticos informativos, etc.) son visualmente atractivos. A pesar que el 54,1% están ligeramente satisfechos, moderadamente satisfecho y totalmente satisfechos con esta dimensión, existe un 34,9% que están insatisfechos y un 10,9% que no está ni insatisfechos, ni satisfechos.

Tabla 4. Percepción de las instalaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente insatisfecho	15	3,9	3,9	3,9
Moderadamente insatisfecho	63	16,4	16,4	20,3
Ligeramente insatisfecho	56	14,6	14,6	34,9
Ni insatisfecho ni satisfecho	42	10,9	10,9	45,8
Válidos Ligeramente satisfecho	78	20,3	20,3	66,1
Moderadamente satisfecho	80	20,8	20,8	87,0
Totalmente satisfecho	50	13,0	13,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2018)

Fiabilidad

Vemos que la preocupación más importante de los usuarios se refiere a la fiabilidad y el que menos importancia tiene para los usuarios son los elementos tangibles (podría ser importante para los clientes nuevos). Esta dimensión se relaciona a la habilidad que tienen los prestadores de servicios para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Los usuarios de los servicios que ofrecen los municipios envían un mensaje muy claro a los prestadores o proveedores de servicios: ofrecer una apariencia pulcra y organizada, responder con eficacia, mostrarse seguros, empáticos y, sobre todo, fiables, hacer siempre lo que dice que va a hacer y cumplir con lo ofrecido. La satisfacción sobre esta dimensión se encuentra a medias, un 34% están moderadamente y totalmente satisfecho es decir, que la empresa cumple con lo que ofrece, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas. Un 33% están entre ligeramente, moderadamente y totalmente insatisfechos, un 10% indiferente.

Tabla 5. Percepción de la fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente insatisfecho	15	3,9	3,9	3,9
Moderadamente insatisfecho	39	10,2	10,2	14,1
Ligeramente insatisfecho	76	19,8	19,8	33,9
Ni insatisfecho ni satisfecho	42	10,9	10,9	44,8
Válidos Ligeramente satisfecho	81	21,1	21,1	65,9
Moderadamente satisfecho	75	19,5	19,5	85,4
Totalmente satisfecho	56	14,6	14,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2018)

Capacidad de respuesta

En cuanto a la dimensión sensibilidad, que es la disposición para ayudar a los usuarios para prestarles un servicio rápido y oportuno. Se refiere también a la pronta respuesta a las solicitudes, preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas que se les presenta. Un 31,2% están totalmente insatisfechos, moderadamente insatisfechos y un poco insatisfechos con estas afirmaciones, indiferentes un 15,6% y el 53% ligeramente satisfecho, moderadamente satisfechos y totalmente satisfechos.

Tabla 6. Percepción de la capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente insatisfecho	7	1,8	1,8	1,8
Moderadamente insatisfecho	46	12,0	12,0	13,8
Ligeramente insatisfecho	67	17,4	17,4	31,3
Válidos Ni insatisfecho ni satisfecho	60	15,6	15,6	46,9
Ligeramente satisfecho	75	19,5	19,5	66,4
Moderadamente satisfecho	83	21,6	21,6	88,0
Totalmente satisfecho	46	12,0	12,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2018)

Seguridad

En cuanto a esta dimensión, nos refleja un resultado alto, el 44% de los usuarios manifiestan que los prestadores de los servicios tienen conocimiento y dan una buena atención y son hábiles para inspirar credibilidad y confianza, un 27% no están totalmente insatisfechos, moderadamente insatisfechos y ligeramente insatisfechos y un 10% no están ni insatisfechos ni satisfechos.

Tabla 7. Percepción de la seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente insatisfecho	8	2,1	2,1	2,1
Moderadamente insatisfecho	28	7,3	7,3	9,4
Ligeramente insatisfecho	75	19,5	19,5	28,9
Ni insatisfecho ni satisfecho	38	9,9	9,9	38,8
Válidos Ligeramente satisfecho	66	17,2	17,2	56,0
Moderadamente satisfecho	90	23,4	23,4	79,4
Totalmente satisfecho	79	20,6	20,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2018)

Empatía

Esta dimensión se refiere al nivel de atención individualizada que ofrece el departamento de rentas y recaudaciones a sus usuarios. Se debe ofrecer un servicio personalizado o adaptado al gusto del usuario. El 30% están entre totalmente insatisfecho, moderadamente insatisfecho y ligeramente insatisfecho, un 14% indiferente y un 54% ligeramente satisfecho, moderadamente satisfecho y totalmente satisfecho.

Tabla 8. Percepción de la empatía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente insatisfecho	23	6,0	6,0	6,0
Moderadamente insatisfecho	40	10,4	10,4	16,4
Ligeramente insatisfecho	52	13,5	13,5	29,9
Ni insatisfecho ni satisfecho	53	13,8	13,8	43,8
Ligeramente satisfecho	75	19,5	19,5	63,3
Moderadamente satisfecho	71	18,5	18,5	81,8
Totalmente satisfecho	70	18,2	18,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2018)

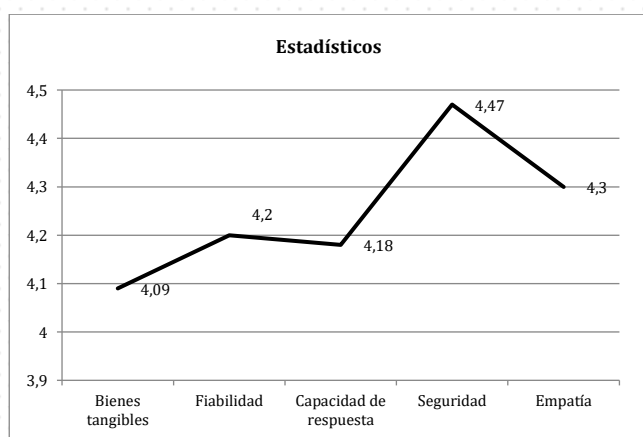
Estadísticos

La aplicación de la encuesta mostró una mediana satisfacción en el usuario, debido a que el promedio ponderado de las respuestas basadas en la escala de Likert es de 4,24. En cuanto al promedio de satisfacción de las diferentes dimensiones, el promedio más bajo es el de bienes tangibles: equipos, tecnologías, atractivos, modernos limpios, organizados, aptas para ofrecer un buen servicio, buena apariencia personal, elementos materiales son atractivos, tienen un valor promedio de 4,09, lo que refleja que tienen poco interés los usuarios en los elementos tangibles, estos elementos son los más bajos en puntaje.

Tabla 9. Media de cada una de las percepciones

Bienes tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Apariencia de las instalaciones, equipo, personal y materiales para comunicaciones	Capacidad para ofrecer el servicio y forma precisa y confiable	Pronta respuesta a los problemas y quejas de los usuarios	Conocimiento y empleados para ofrecer seguridad y confianza	Atención Personalizada que la empresa ofrece a sus usuarios
Media	4,09	4,20	4,18	4,30

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2018)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas (2018)

Figura 1. Media sobre las percepciones

Considerando las diferentes respuestas en esta dimensión, la media más baja con 3,92, es la que se refiere a "En el departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, trípticos informativos, etcétera) son visualmente atractivos".

Tabla 10. Media, Moda y Desviación Estandar de Bienes Tangibles

Dimensiones Bienes Tangibles	Media	Moda	Desv. Típ.
BT1. El departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo tiene equipos y tecnologías de aspecto moderno.	3,96	5	2,02
BT2. Las instalaciones físicas del departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo son atractivas, modernas, limpias, organizadas y aptas para ofrecer un buen servicio.	4,08	1	2,15
BT3. Los empleados del departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo tienen buena apariencia personal.	4,40	7	2,07
BT4. En el departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, trípticos informativos, etcétera) son visualmente atractivos.	3,92	1	2,12

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2018)

La fiabilidad o confianza es una función importante a tener en cuenta en la prestación de servicios, en esta investigación los ítems menos valorado con un 3,66 y 3,97 de una escala de 7, son aquellos que se refieren "al interés de solucionar un problema por parte de los prestadores del servicio y compromiso de cumplimiento de trabajo" respectivamente.

Tabla 11. Media, Moda y Desviación Estandar de Fiabilidad

Fiabilidad	Media	Moda	Desv. Típ.
F1. En el departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo, cuando prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	3,66	1	2,12
F2. Cuando el cliente o usuario tiene un problema, el departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo muestran un sincero interés en solucionarlo.	3,97	1	2,13
F3. El departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo realizan bien el servicio a la primera vez.	4,47	7	2,10
F4. El departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo realiza el servicio en el tiempo prometido.	4,14	6	2,01
F5. El departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo mantiene su información, de pagos u otros servicios del usuario, libre de errores.	4,49	7	2,02

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas realizadas (2018)

El usuario de los servicios del departamento de Recaudaciones tienen que interactuar con los aspectos tangibles relacionados al servicio, aquí se podrían dar cuenta sobre el servicio que recibirían. Para los usuarios es más importante la seguridad con una media de 4,47, es la valoración más alta y lo que mejor perciben en calidad del servicio, por ejemplo que transmita amabilidad con los usuarios, que tengan suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios y ofrecer una atención individualizada. Entre las diferentes respuestas dadas en esta dimensión de seguridad la media más baja es 4,32 y está relacionada a "En el departamento de Recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo, los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los usuarios", lo que nos daría considerando la medición de satisfacción del usuario de la escala de Likert, "ni insatisfecho ni satisfecho" entre un 45% y 55% de satisfacción de los usuarios.

En resumen de como percibieron y evaluaron la calidad del servicio recibido, la nota global de las percepciones es de

4,24 puntos de un total de 7,0 puntos, lo que se considera que los usuarios no están de acuerdo con el servicio recibido del área de recaudaciones y rentas del GAD de Quevedo. La percepción más baja correspondió al ítem dimensión tangibles, correspondiente a instalaciones físicas atractivas y equipos modernos y las más altas corresponde a las dimensiones capacidad de respuesta y seguridad con 4,47 como promedio.

En cuanto al promedio de satisfacción por cada una de las dimensiones que se evaluaron como parte del instrumento de medición de Servqual, lo percibieron y evaluaron como un servicio "ligeramente satisfecho", de acuerdo al rango de porcentaje de satisfacción del 0-100 en la escala de Likert, el cual fue entre el 45%-55%, ni insatisfecho ni insatisfecho.

Conclusiones

Es importante que todas las municipalidades sin excepción consideren el mandato constitucional para que puedan ofrecer a la ciudadanía servicios de óptima calidad y que se sientan en la libertad de elegirlos. Quevedo es uno de los GADs que tienen que aplicar planes para mejorar su servicio de acuerdo a las percepciones manifestadas por los ciudadanos encuestados.

Según los resultados de esta investigación, resultó oportuna para evaluar las percepciones de los usuarios sobre los servicios que ofrecen el área de recaudaciones del GAD cantonal de Quevedo. Se puede concluir que el modelo SERVQUAL muestra el nivel de calidad del servicio, expresado en un promedio ponderado de 4,24 respecto a la tabla de expectativas y percepciones. Este promedio ponderado indica un nivel medio de satisfacción, por lo tanto, es factible realizar planes de mejora en la organización para ofrecer mejores servicios.

Se concluyó que la importancia que los clientes dan a cada una de las dimensiones de calidad de SERVQUAL, en la que más se necesita poner atención es la dimensión de elementos tangibles en el área de recaudaciones, ya que al cliente no le parecen atractivas las instalaciones y no cuentan con material suficiente para prestación del servicio; por otra parte el cliente se encuentra inconforme con la capacidad de respuesta de los empleados ya que el tiempo que aguardan para obtener el servicio no es satisfactorio.

Se describe la importancia que los clientes dan a cada una de las dimensiones de calidad de SERVQUAL, la más importante corresponde a la dimensión de empatía, lo cual indica que los clientes, se preocupan más por la atención que les brindan los empleados el departamento de recaudaciones. Así mismo mediante la aplicación de la encuesta, los resultados nos revelaron grandes diferencias entre expectativas y percepciones de los usuarios, se conocieron los deseos e inquietudes de los clientes que llegan a cada una de las áreas del Municipio de Quevedo, que será de gran apoyo para la mejora y desarrollo de este servicio.

Una de las dimensiones en las que se manifestaron los ciudadanos con una percepción más alta, fue la de

seguridad. Los usuarios tienen la impresión que en las instalaciones de la municipalidad se sienten seguros sobre todo en los trámites que realizan, en vista de que los funcionarios han demostrado tener conocimiento de las actividades y funciones que se les han encomendado. En esta dimensión solo alrededor de un 10% ha manifestado que no siente satisfecho en canto a la seguridad que ofrece el cabildo del cantón Quevedo.

Como recomendación final se sugiere que se realicen estudios posteriores, enfocados a detectar el nivel de satisfacción del cliente con base a la calidad en el servicio para los clientes, con el fin de conocer su percepción del servicio que se les brinda en la organización. Este tipo de investigaciones deberían ser periódicas y llevadas a cabo por parte del municipio y así mejorar su relación con los usuarios y la ciudadanía en general.

Referencias

- Agencia Estatal de Evaluación de las Políticas Públicas y la Calidad de los Servicios (2009). "Guía para la evaluación de la calidad de los servicios públicos". Ministerio de la Presidencia. Gobierno de España. Madrid.
- Alvarez, A. (2014). La calidad de la atención en los Servicios Sociales del Ayuntamiento de Tacoronte, desde la perspectiva de los/as usuarios/as Estudio sobre el nivel de satisfacción de los/as usuarios/as de las UTS de los Servicios Sociales del Ayuntamiento de Tacoronte. Departamento: Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social. Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación, España.
- Aredondo, W. y Gomez, R. (2017). La calidad en los servicios públicos desde la perspectiva del consumidor: el caso de la empresa pública municipal de agua potable y alcantarillado de Santo Domingo (EPMAPA-SD) Centro de Investigación y Desarrollo. Universidad Regional Autónoma de Los Andes - Extensión Santo Domingo. E
- Ayuntamiento de Castellón, (2014), Dirección de Modernización y Calidad de los Servicios Municipales, encuestas de satisfacción, Castellón, España.
- Catalán, C., (s.f). Revisión de modelos de calidad de servicio y su implementación en el ámbito público y privado, para generar una propuesta de acción en el tema, orientada a las instituciones del sector previsional, Chile.
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), 2010, Registro Oficial.
- Cronin, J. & Taylor, S. (1994): Servperf versus servqual: Reconciling performance-based and perceptions-minus- expectations measurement of service quality. Journal of Marketing.
- Díaz, A. H. (27 de 12 de 2009). capsulas de competitividad y excelencia. Obtenido de <https://haazcalidad.blogspot.com/2009/12/modelo-conceptual-de-calidad-del.html>

- Escobal, N., Tucto, N, y Rondón K.(2016). Evaluación de la calidad de servicio a partir del modelo SERVQUAL, en la Municipalidad Distrital de Pillco Marca - Huánuco 2016, Tesis de grado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán.
- Gutiérrez, P., Cuesta, P. y Vázquez J. (2008): Determinantes de la satisfacción de los ciudadanos en las Administraciones públicas locales, Icade. Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales, Nº 75, septiembre-diciembre 2008, ISSN: 02 12-7377
- Hernández, R., Hernández, C. y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación Quinta edición, McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.
- Hernando, A. (2013). Una mirada sobre la calidad en los servicios sociales de Alcorcón, perspectivas de las personas usuarias y de los/las profesionales. Universidad Internacional de la Rioja, Trabajo de Fin de Master.
- Ibarra L. y Espinoza, B. (2014). Servqual, una propuesta metodológica para evaluar la percepción de la calidad. La calidad en el área de urgencias en los hospitales privados y públicos de Hermosillo, Sonora; Un estudio comparativo, Revista Iberoamericana de Ciencias , Universidad Estatal de Sonora, Hermosillo, México, ISSN 2334-2501
- Ibarra, L. y Casas, E. (2014) Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio, Revista Contaduría y Administración 60 (1), enero-marzo 2015: 229-260, México.
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, (2015): Guía de Servicios Públicos Municipales, Secretaría de Gobernación de México.
- Martínez, M. (2015) Calidad percibida en los servicios sociales de inclusión. Una aproximación desde el caso de Avilés (Asturias) Universidad de Oviedo y Ayuntamiento de Avilés (España), Cuadernos de Trabajo Social. Vol. 28-1 (2015) 115-125.
- Matsumoto, R.(2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. Revista PERSPECTIVAS, núm. 34, octubre, 2014, pp. 181-209 Universidad Católica Boliviana San Pablo, Cochabamba, Bolivia.
- Medina, M., Medina, E. y Viguera, R. (s.f.): Calidad percibida en usuarios/as de servicios sociales comunitarios; Los actores de las políticas sociales en contextos de transformación, III Congreso Anual de la REPS.
- Romero, R. (2011). Evolución de la calidad percibida en los centros de atención infantil temprana de la provincia de Málaga, Tesis doctoral, Universidad de Málaga, dpto. de Fisiología y Educación física, España.
- Sánchez, J, Navas, S., Chavez, J.y Miranda, M. y Morocho, J. (2019) Implementación del modelo Servperf como herramienta para el diagnóstico y propuesta de mejoras en la prestación del Servicio. Caso: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Agencia Riobamba, Revista Ciencia Digital, Vol. 3, Nº2, p. 78-97, abril -junio, 2019.
- Suárez, R. (2016): Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, Industrial Data, vol. 19, núm. 1, enero-junio, pp. 7-16, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, Leonard L. Berry (1992): Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores. Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria ISSN 2528-7842

Aprendizaje organizacional y beneficios financieros en Cooperativas de Ahorro y Crédito. Caso cooperativas de la provincia de Tungurahua – Ecuador

Organizational learning and financial benefits in cooperatives of saving and credit. Cooperatives case of the province of Tungurahua – Ecuador

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1796>

Andrés López-Gómez¹; María Gómez-Romo²; Diana Silva-Ajila³; Oscar López-Solis⁴

Fecha de recepción: 27 de septiembre de 2021

Fecha de aceptación: 14 de abril de 2022

Resumen

El aprendizaje en el campo de las organizaciones es definido como el proceso dinámico e innovador, a través del cual, las personas contribuyen a incrementar el desempeño de una organización. Se investigó el aprendizaje organizacional y los beneficios financieros en 24 Cooperativas de Ahorro y Crédito de los segmentos 1, 2 y 3 de la provincia de Tungurahua, en virtud de que esta provincia es la segunda de mayor concentración de cooperativas a nivel nacional. La investigación fue de tipo descriptivo-correlacional y de corte transversal. Para este propósito se aplicó a los directivos, una encuesta estructurada por 36 ítems en seis dimensiones del aprendizaje organizacional. La información financiera fue extraída de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Mediante el análisis estadístico de datos se obtuvo los valores de los estadísticos descriptivos de las dimensiones del aprendizaje organizacional y de los indicadores financieros. Se estableció la existencia de correlaciones significativas entre las dimensiones del aprendizaje organizacional y una correlación significativa moderada de carácter positivo entre el aprendizaje organizacional y los beneficios financieros.

Palabras clave: Aprendizaje organizacional, beneficios financieros, cooperativas de ahorro y crédito.

Abstract

Learning in the field of organizations is defined as the dynamic and innovative process, through which people contribute to increasing the performance of an organization. Organizational learning and financial benefits were investigated in 24 Savings and Credit Cooperatives in segments 1, 2 and 3 of the province of Tungurahua, as this province is the second with the highest concentration of cooperatives nationwide. The research was descriptive-correlational and cross-sectional. For this purpose, a survey structured by 36 items in six dimensions of organizational learning was applied to managers. The financial information was obtained from the Superintendency of Popular and Solidarity Economy. Through the statistical analysis of data, the values of the descriptive statistics of the dimensions of organizational learning and of the financial indicators were obtained. The existence of significant correlations between the dimensions of organizational learning and a significant moderate positive correlation between organizational learning and financial benefits is established.

Keywords: Organizational learning, financial benefits, credit unions.



Esta publicación se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - NoComercial 4.0 Internacional.

¹ Instituto Superior Tecnológico España. Carrera de Administración de Empresas. Ambato – Ecuador. E-mail: andresf.lopez@iste.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4068-9837>

² Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato – Ecuador. E-mail: mariadgomez@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1641-5465>

³ Investigadora independiente. Ambato – Ecuador. E-mail: dianasilva4t34@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2083-7532>

⁴ Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato – Ecuador. E-mail: op.lopez@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7443-6312>

Introducción

Aprendizaje organizacional

El aprendizaje es innato en el ser humano y se incrementa a medida que este crece y se desarrolla. El aprendizaje forma parte de las organizaciones de manera visible desde hace aproximadamente cinco décadas; no obstante, al revisar las teorías clásicas y modernas de la Administración, se observa que, desde hace mucho tiempo atrás, coexiste de modo tácito con los diversos componentes y factores organizacionales (Gómez-Romo, 2021). Los estudios sobre *aprendizaje organizacional* han evolucionado, de tal manera que, investigadores como Cangelosi & Dill (1965) y Argyris & Schön(1977), lo convirtieron como un punto neural de discusión alrededor de las organizaciones, orientado a aprender de los errores. Por su parte, Fiol & Lyles (1985), definieron su aporte en torno al proceso de mejora en el modo de hacer las cosas, a través del crecimiento continuo del conocimiento. Así, se enfatiza que la antigüedad del aprendizaje se remota a la existencia del hombre y la naturaleza, y se mantiene en evolución continua (Shahid & Yazdani, 2013).

Toda organización es capaz de aprender por sí misma si es capaz de procesar adecuadamente la información disponible y desarrollar disciplinas de apoyo al aprendizaje, de tal manera que se produzcan cambios en los comportamientos de las personas y generen la posibilidad de convertirlos en ventajas competitivas (Huber, 1991; Senge, 2012). Por otro lado, se ha establecido que la experiencia induce a la mejora continua y produce aprendizajes; así es que, gracias al aprendizaje las organizaciones construyen nuevo conocimiento, que al instituirlo como rutinas y lograr el acoplamiento de la fuerza laboral, faculta notables incrementos de eficiencia en base a las nuevas habilidades desarrolladas por las personas (Nevis, DiBella, & Gould, 1995; Dodgson, 1993).

Los estudios relacionados al *aprendizaje organizacional* continúan evolucionando, tal es así que se sigue creando nuevos conceptos y aplicaciones en el campo de las organizaciones, a medida que se comprende la manera en que éste funciona (Ouma & Kombo, 2016; Roder, 2019). El aprendizaje en las organizaciones ocurre a diferentes niveles, así Jensen & Rasmussen (2004) indican que, si bien el aprendizaje organizacional ocurre a una escala macro, a nivel de toda la organización, ocurre también a una escala micro, cuando éste tiene lugar a nivel de individuos dentro de la organización, de tal manera que, juntos cambian de un estado de conocimiento a otro. Con lo indicado, cabe señalar que el aprendizaje organizacional se ocupa de la expansión y transformación del conocimiento de los estados tácito y explícito, y viceversa. Esta transformación es afectada por los valores y creencias de las personas sobre lo que es posible hacer, y sobre cómo se realizan las cosas en la cotidianidad organizativa. Finalmente, todas las definiciones de aprendizaje organizacional convergen en el hecho de que éste constituye un motor de la ventaja competitiva, que es capaz de traducirse en desempeño efectivo (Yeo, 2005).

Muchos investigadores evidencian que existe estrecha relación entre las diversas definiciones del aprendizaje organizacional, donde la noción de conocimiento es central y encarnado en las prácticas y procesos de las organizaciones, así como en sus productos y servicios. Por lo tanto, el enfoque basado en el conocimiento constituye el fundamento teórico del *aprendizaje organizacional*, ya que desde esta perspectiva se considera a las organizaciones como depósitos de conocimientos y competencias en desarrollo. El éxito de las organizaciones gira alrededor de cómo y qué tanto aprende, de ahí la importancia vital que reviste el tema del aprendizaje organizacional en todos los ámbitos organizacionales independientemente de la naturaleza de la misión de cada una de ellas (Ouma & Kombo, 2016; Werlang & Rossetto, 2019).

El *aprendizaje organizacional* describe la movilización o procesos de transferencia de conocimiento dentro de una entidad organizada. Allí se integran todos los niveles organizacionales y las personas que forman parte de ella en función de las oportunidades de compartir conocimiento y generar experiencia. A medida que los procesos de transferencia de conocimiento ocurren, se generan aprendizajes significativos que incrementan la calidad de las experiencias haciendo que la organización mejore con el tiempo(Roder, 2019). Los resultados palpables de ello, han hecho que la atención de los académicos y profesionales que buscan mejorar las organizaciones, se haya inclinado de manera notoria a investigar este tema de carácter integrador que unifica varios niveles de análisis dentro de lo tácito y lo explícito y trasciende de lo individual, a lo grupal y a lo corporativo (Nonaka y Takeuchi, 1999; Pham & Hoang, 2019).

Existen factores que intervienen en la transferencia de conocimiento en las organizaciones, dentro de ellos están la cultura, las estrategias y la tecnología. Estos ameritan ser estudiados tanto por separado como de manera conjunta debido a que pueden dificultar o facilitar los procesos de *aprendizaje organizacional* (Gómez-Romo, 2021). Senge (2014); Arbaiza(2017); Kanwal, Nawaz, Nisar, & Azeem(2017), corroboran que el *aprendizaje organizacional* es la capacidad de las organizaciones en la formación de habilidades para conseguir nueva información, y convertirla en conocimiento utilizable en favor de su desarrollo organizacional y de su entorno. Así, las entidades, capaces de crecer son aquellas que han podido adoptar prácticas permanentes y efectivas inherentes al aprendizaje como parte de una cultura sólida y favorable para al desarrollo de conocimiento, y además disponen del apoyo de las estrategias organizacionales y la tecnología.

Una organización orientada al aprendizaje asegura las condiciones necesarias hacia la consecución de resultados deseables. Para ello es importante contar con la estructura organizacional y las estrategias apropiadas para que los empleados transiten por los caminos del aprendizaje continuo. Una vez que existan facilitadores del aprendizaje, que funcionen de modo articulado, es posible lograr resultados tales como la innovación en respuesta a su razón de ser y a las demandas del entorno(Werlang & Rossetto,

2019). Es decir, el desarrollo de la capacidad de la organización para el aprendizaje debe contribuir a su desempeño competitivo y permanente, ya que la importancia predominante para cualquier organización no es solo la supervivencia, sino su competitividad en el largo plazo (Kanwal et al., 2017).

El Aprendizaje organizacional se configura en cinco dimensiones que son: la adquisición del conocimiento, la distribución del conocimiento, la interpretación colectiva, la memoria organizacional y el desaprendizaje que en conjunto propician que tanto los individuos como la organización se queden con conocimiento nuevo, tal que contribuya al éxito y desarrollo. Así también, se espera que el aprendizaje organizacional resulte en el buen desempeño, ya que brinda retroalimentación sobre la efectividad de los activos de conocimiento que pueden aumentar, y su gestión dentro de la empresa u organización que a la vez redunde en motivación para mejorar o reorientar las actividades de aprendizaje (Kanwal, Nawaz, Nisar, & Azeem, 2017; Santos Vijande, Sanzo Pérez, García Rodríguez, & Trespalacios Gutiérrez, 2009).

El proceso de aprendizaje inicia con la adquisición del conocimiento que ocurre de forma tanto externa como interna. Cuando el conocimiento se adquiere de fuentes externas proviene del contacto habitual con los clientes, de hacer estudios de mercado y de los competidores, a partir de los cuales se obtiene información valiosa. De manera análoga, el conocimiento interno proviene de las opiniones, criterios e iniciativas de los empleados y de la investigación de la propia organización. Por otro lado, la distribución del conocimiento tiene como propósito trasladar conocimiento a todas las personas que conforman la organización, departamentos o grupos de trabajo a través de medios físicos o electrónicos a fin de contribuir al cumplimiento de su misión. En la organización el conocimiento se transfiere de manera continua de forma tácita a forma explícita y desde lo individual a lo colectivo. A partir de lo indicado se construye la interpretación colectiva de la organización que es la visión que comparten todos sus miembros acerca de su razón de ser, objetivos y estrategias que con la sinergia generada mediante el trabajo en equipo, pasa a ser un gran combustible de la organización (Santos Vijande, Sanzo Pérez, García Rodríguez, & Trespalacios Gutiérrez, 2009).

La memoria organizativa, por su parte, es todo aquello que genera evidencia de registros de datos, información, conocimientos, experiencias, actividades y acontecimientos que se han llevado a cabo en la organización. La memoria organizativa yace en diferentes medios de almacenamiento sea físico, digital o personal y debe estar a disposición de toda la organización de manera accesible y oportuna. A través de la memoria organizativa, la organización es capaz de relatar su historia. Finalmente, el desaprendizaje es la dimensión que impulsa al incremento del conocimiento en las organizaciones. Este comprende la revisión de experiencias fallidas o fracasos con lo que se estructuran las lecciones aprendidas que contribuyen a mejorar las prácticas organizacionales (Santos Vijande, Sanzo Pérez, García Rodríguez & Trespalacios Gutiérrez, 2009; Stable, 2016).

Aprendizaje organizacional y los beneficios financieros

En este mundo complejo las empresas están obligadas a elevar su capacidad de adquisición de conocimiento de una forma regular y rigurosa en comparación a la de sus competidores (Pham & Hoang, 2019). Se considera al aprendizaje organizacional como una ventaja competitiva de carácter sostenible en una empresa, debido a que, en el proceso de dicho aprendizaje, no solo se benefician los integrantes de la organización, sino también la gerencia mediante la retroalimentación de la gestión. Es así que, el aprendizaje continuo tiene como objetivos incrementar la capacidad organizacional, los resultados de la evaluación del desempeño de la organización como efecto de una gestión efectiva, mejorar la percepción interna y externa, además de elevar el grado de adaptación a entornos cambiantes (Ellinger, Ellinger, Yang, & Howton, 2002; Kaplan, Metin, Ögut, Bickes, & Kaplan, 2014).

En toda empresa la evaluación financiera se ha consolidado dentro de las organizaciones con fines de lucro, debido a que tiene como prioridad la cuantificación monetaria de los resultados de las inversiones realizadas, es decir se orienta a determinar su desempeño durante un periodo de tiempo. Dicho lo anterior, en cualquier empresa es una herramienta primordial, y especialmente en las de carácter financiero como las Cooperativas de Ahorro y crédito, que tienen como finalidad generar un retorno de su inversión. La evaluación financiera tiene como objetivo los resultados de rentabilidad, y además permiten controlar, prevenir y mitigar riesgos no solo en el ámbito financiero, sino también en el ámbito de los recursos humanos (Jiménez, 2017). Golác (2014) en sus postulados enumera las finalidades de la evaluación financiera empresarial, las cuales son: determinar la liquidez, cantidad de mercaderías obsoletas, capacidad de endeudamiento, exponer la solvencia, rentabilidad, etc., y finalmente presentar el diagnóstico financiero de la entidad.

El desempeño financiero de las organizaciones se ve reflejado en los beneficios que generan de manera global y que dependen en gran medida de la forma cómo estas logran llevar a cabo sus procesos de aprendizaje. Las Cooperativas de Ahorro y Crédito, por su naturaleza, miden su desempeño en términos monetarios y a través de indicadores, cuyos resultados dependen del manejo de las variables empresariales, entre las que se destaca el *aprendizaje organizacional*. Pham & Hoang (2019) en su investigación manifiestan que en las diversas definiciones de aprendizaje organizacional está incrustada su relación con desempeño empresarial. Así es que, éste contribuye al desarrollo y mantenimiento de un buen desempeño de las organizaciones, entre las que están incluidas las entidades financieras (Kanwal et al., 2017).

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito, necesitan calcular sus beneficios, y para ello utilizan indicadores. Sánchez (2008, citado en Correa, Gómez & Londoño, 2018) señala que los indicadores financieros son razones entre dos o más variables tomadas de los estados financieros, que según Murillo, Ruiz y Benavides (citado en Correa, Gómez & Londoño, 2018), ayudan a analizar y evaluar el desempeño en términos operativos, inversión y fuentes de

financiamiento. Existen indicadores diseñados específicamente para el sector cooperativo proporcionado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS, 2017). La ficha metodológica de los indicadores financieros de la SEPS ofrece apartados con el fin de que se fortalezca la formalización de definiciones, fórmulas e interpretaciones. Para esta investigación se ha considerado estudiar los beneficios financieros a través de indicadores de rentabilidad sobre el patrimonio (ROE), rentabilidad sobre activos (ROA), rendimiento de cartera y liquidez, eficiencia microeconómica, eficiencia financiera, intermediación financiera, estructura y calidad de activos, y morosidad de cartera total.

Entre los indicadores de rentabilidad más sobresalientes están el *ROE* y el *ROA*, con el ROE se obtiene el porcentaje de retorno generado por el patrimonio invertido por los accionistas de la entidad financiera. Mientras menor sea el resultado del ROE demuestra que los recursos no son suficientes para hacer frente a las remuneraciones de los accionistas. Por otro lado, el ROA evalúa el rendimiento en este caso sobre los activos, éste es una medida de eficiencia del manejo de recursos de la empresa. Cuanto menor sea el ROA la empresa no podrá generar ingresos que sean suficientes para fortalecer el patrimonio ("Fichas Metodológicas de Indicadores Financieros," 2017).

Por otra parte, es necesario señalar que el indicador de *cartera por vencer* que se refiere a la cartera total que está en proceso de maduración sobre el cual se genera intereses por préstamo otorgado. Cuanto mayor sea el resultado de este indicador muestra que la ganancia respecto a los intereses cobrados sobre la cartera otorgada también será mayor. Adicionalmente, el indicador de *liquidez* muestra la capacidad de la entidad financiera de cumplir con sus obligaciones inmediatas. Cuanto mayor el resultado de la liquidez, la institución tiene una mayor capacidad para responder con los requerimientos inmediatos de los depositantes ("Fichas Metodológicas de Indicadores Financieros," 2017).

Los indicadores de *eficiencia microeconómica* muestran el nivel de absorción de los egresos operacionales en los ingresos que provienen de la gestión operativa. Los gastos de operación son todos los gastos provenientes del desarrollo de actividades de la institución financiera como son salarios, alquiler de local, etc. Este indicador es la razón entre los gastos operativos racionales sobre el margen financiero, cuanto menor sea este demuestra que se están generando suficientes ingresos que puedan cubrir los gastos operativos ("Fichas Metodológicas de Indicadores Financieros," 2017).

La *intermediación financiera* mide el nivel de créditos que se han otorgado frente a los depósitos realizados por los socios. Mientras mayor sea el resultado, la entidad financiera es eficiente en la colocación en función a los depósitos que recibe. De modo complementario la *eficiencia financiera* es un indicador de rentabilidad de la gestión operativa frente al patrimonio promedio. Cuando es mayor la eficiencia financiera se demuestra que la rentabilidad en el proceso de intermediación es más eficiente en relación

con el patrimonio promedio. El indicador de *estructura y calidad de activos* mide la calidad de las colocaciones o el porcentaje de activos que están generando rendimientos. Mientras más alto sea el resultado de este indicador se demuestra que la entidad financiera es eficiente en la colocación de créditos ("Fichas Metodológicas de Indicadores Financieros," 2017).

Por otro lado, la *morosidad de la cartera total* calcula la proporción de la cartera improductiva frente a la cartera total de entidad, es decir el porcentaje de la cartera que se encuentra en mora. Cuando se obtiene un resultado alto significa que la institución tiene problemas con la recuperación de préstamos ("Fichas Metodológicas de Indicadores Financieros," 2017).

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Ecuador

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito son entidades que constituyen la columna vertebral del Sistema Popular y Solidario en Ecuador. Su reconocimiento formal parte con la promulgación de la Ley de Cooperativas en 1937, no obstante, la escasa formación empresarial y capacitación de sus funcionarios fueron las principales causas que han limitado el desarrollo del cooperativismo en el Ecuador. Ante ello, se estableció una segunda Ley de Cooperativas en 1966 con la finalidad de promover el sistema, pero la burocratización deterioró las funciones de bienestar común al pasar su poder a ciertos líderes con fines políticos (Da Ros, 2007).

En la actualidad, el sector cooperativo ha presenciado un crecimiento notorio, pues se estima que sus activos han crecido de 22% en 2012 a 28% en 2017 ("Superintendencia de Economía Popular y Solidaria," 2018). De acuerdo con la información de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), el sector cooperativo continúa creciendo, de tal modo que en el 2018 la colocación fue de 10.040 millones, lo que representa el 27% del crédito formal entregado en el país, en contraste con el año 2012 estas entidades colocaron 4.562 millones de dólares en préstamos. En ese periodo de siete años las utilidades del sector financiero popular y solidario también subieron y pasaron de USD 74 millones a 170 millones (El Comercio, 2019).

El sector cooperativo emerge con la experiencia del feriado bancario y la adopción del sistema dolarizado, al establecer varias reformas legales y constitucionales para su correcto funcionamiento, como la nueva entidad de control conocida como la Superintendencia de Bancos y la primera segmentación de las cooperativas en cuatro grupos en 2005. Posteriormente, con la nueva Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS) promulgada en 2011, las cooperativas pasaron a ser controladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, en tanto, que el Código Orgánico Monetario y Financiero en 2015, estableció la nueva segmentación en cinco segmentos tomando en consideración el saldo de activos. Adicionalmente, las cooperativas más preponderantes se encuentran en los segmentos 1,2 y 3 pues sus activos representan alrededor del 90,2% del sector cooperativo, evidenciando su gran posición y reconocimiento a nivel

nacional. Es necesario mencionar que las cooperativas de los segmentos 1, 2 y 3 representan solamente el 32% del total de cooperativas de todo el sector. En este contexto, la provincia de Tungurahua es la segunda provincia con mayor concentración de cooperativas de ahorro y crédito y se ubican específicamente en la ciudad Ambato, donde existen un total de 24 cooperativas de ahorro y crédito pertenecientes a los segmentos 1, 2 y 3 al año 2020. Es importante destacar además que su rol de intermediación financiera es primordial en la economía local, debido a que actividad productiva y comercial de la provincia de Tungurahua es sumamente significativa si la comparamos con las demás provincias del Ecuador.

La presente investigación tiene como objetivo estudiar el aprendizaje organizacional y su relación con los beneficios financieros de las cooperativas de los segmentos 1, 2 y 3 de la provincia de Tungurahua, con el fin de establecer el grado de correlación entre ellos y así contribuir al mejoramiento de estrategias referentes al aprendizaje organizacional.

Metodología

Este es un estudio de enfoque mixto, de tipo descriptivo-correlacional y de corte transversal al año 2020, en el que se aplicó una encuesta estructurada de 36 ítems distribuidos de manera equitativa para cada una de las dimensiones del Aprendizaje organizacional. Las dimensiones que se estudiaron son: adquisición de conocimiento externo, adquisición de conocimiento interno, distribución de conocimiento, interpretación colectiva, memoria organizativa y desaprendizaje. Las preguntas del cuestionario fueron formuladas y estructuradas de acuerdo con el respaldo bibliográfico y validadas mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. El coeficiente Alfa de Cronbach es el método más difundido para determinar la consistencia interna del instrumento y permitió cumplir con el compromiso de la demostración de la confiabilidad del instrumento de medición planteado para todas las dimensiones del Aprendizaje Organizacional, (Molina, 2013 #165; Moreno, 2018 #164). Es importante señalar que se recomienda que el valor de este coeficiente sea superior a 0,70; de esta manera la escala de medición no se ve afectada por errores que afecten a la investigación, y responde con fidelidad al aspecto de la variable estudiada (Oviedo, 2005 #166).

La encuesta se aplicó a los directivos de las 24 cooperativas de los segmentos 1,2 y 3 (se excluyó a las cooperativas de los segmentos 4 y 5 de Tungurahua, dado que son cooperativas menos estables y más pequeñas, muchas de las cuales han sido objeto de liquidación en los últimos años). La aplicación de la encuesta se llevó a cabo de septiembre 2020 a enero 2021. El cuestionario fue evaluado con escala de Likert (1= totalmente desacuerdo, 5= totalmente de acuerdo) y tuvo una tasa de respuesta del 83,3%. La escala de Likert es una escala de valoración que se utiliza para determinar de manera ordinal la percepción que tienen los participantes en una investigación con relación a una variable cualitativa que en este caso es el Aprendizaje Organizacional. Al medir en esta escala ordinal todos los ítems de las cinco dimensiones del Aprendizaje Organizacional, se consigue mayor confiabilidad y

comprensión que si se tratara de respuestas de carácter abierto. Así es que trabajar con respuestas en la escala de Likert, brinda la oportunidad de someterlas a análisis estadísticos de tipo paramétrico, bajo la premisa de que, dichas respuestas están distribuidas en un histograma cuya forma sigue una distribución normal (Canto de Gante, Sosa González, Bautista Ortega, Escobar Castillo, & Santillán Fernández, 2020).

Los indicadores financieros estudiados fueron: estructura y calidad de activos, morosidad de cartera, eficiencia microeconómica, rentabilidad sobre el patrimonio (ROE), rentabilidad sobre activos (ROA), intermediación financiera, eficiencia financiera, cartera por vencer, liquidez. La información para el cálculo de estos indicadores fue extraída de la base de datos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria cortados a diciembre de 2020, y se calcularon con las fórmulas que constan en la Tabla 1.

Tabla 1. Indicadores financieros

Indicador	Fórmula
Estructura y calidad de activos	Activos productivos / Total activos
Morosidad de cartera	Cartera Improductiva / Cartera Bruta
Eficiencia microeconómica	Gastos de operación / Margen financiero
Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE)	Resultados del ejercicio / Patrimonio promedio
Rentabilidad sobre activos (ROA)	Resultados del ejercicio / Activo promedio
Intermediación financiera	Cartera bruta / (Depósitos a la vista + Depósitos a plazo)
Eficiencia financiera	Margen de intermediación estimado / Patrimonio promedio
Cartera por vencer	Cartera por vencer total
Liquidez	Fondos disponibles / Total depósitos a corto plazo

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) ("Fichas Metodológicas de Indicadores Financieros," 2017)

Se obtuvo los valores de los estadísticos descriptivos de todas las dimensiones del Aprendizaje organizacional, así como de los indicadores financieros. Se realizó también el análisis de correlación para todas las dimensiones del aprendizaje organizacional, y para el Aprendizaje organizacional con los indicadores que reflejan beneficio financiero. El análisis de correlación es una técnica de Estadística Inferencial ampliamente utilizada que tiene como propósito medir el grado en que dos variables se encuentran asociadas (Oviedo, 2005 #166). Este grado de asociación entre variables se evalúa mediante el coeficiente de correlación de Pearson con el que, en esta investigación se mide, el grado de correlación entre las dimensiones del Aprendizaje Organizacional, y los indicadores financieros que expresan beneficios. El valor de este coeficiente va de -1 a 1, mientras más cercano es a 1 revela que las variables están estrechamente asociadas; por el contrario, a medida que se acerca a cero, indica que el grado de asociación se debilita hasta llegar a ser nulo, en cuyo caso indica que las variables no están asociadas. Cabe mencionar que la correlación no revela influencia o explicación de la una variable sobre la otra, sino la intensidad de la relación entre ellas, lo que concuerda con el objetivo de este estudio (Levin, 2004).

Los análisis estadísticos de datos se llevaron a cabo con el programa estadístico SPSS versión 24.

Resultados

La composición porcentual de los tres segmentos de las Cooperativas de Ahorro y Crédito al año 2020 en la provincia de Tungurahua fue: el 33,3% para el segmento 1, el 12,5% para el segmento 2 y el 54,2% para el segmento 3.

La confiabilidad del cuestionario aplicado, conformado por 36 preguntas, distribuidas de manera equitativa en cada una de las dimensiones del *Aprendizaje Organizacional* fue demostrada mediante los valores obtenidos del coeficiente Alfa de Cronbach, cuyos resultados son satisfactorios, pues en todos los casos superiores a 0,7 como se presenta en la tabla 2.

Tabla 2. Coeficiente de Alfa de Cronbach de las dimensiones de Aprendizaje organizacional

Dimensiones de Aprendizaje Organizacional	Coeficiente Alfa de Cronbach
Adquisición del conocimiento externo	0,903
Adquisición del conocimiento interno	0,900
Distribución del conocimiento	0,919
Interpretación colectiva	0,897
Memoria organizativa	0,884
Desaprendizaje	0,901

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta de investigación

Los estadísticos descriptivos que se reportan en la Tabla 3 indican que los directivos de las cooperativas manifiestan que están de acuerdo en que realizan prácticas de aprendizaje organizacional referentes a la adquisición y distribución del conocimiento por cuanto su promedio es muy cercano a 4,0 en la escala de Likert. Con respecto al conocimiento externo, se observa que existe mayor variación de las respuestas. La interpretación colectiva y el desaprendizaje superan en aproximadamente en una décima a la categoría *de acuerdo*. Las afirmaciones de la memoria organizativa, a pesar de presentar medias algo inferiores que en las otras dimensiones con un promedio de 3,88 y una variación cerca al 20%, señalan un buen nivel de memoria en las cooperativas.

Tabla 3. Datos descriptivos de Aprendizaje Organizacional

Dimensiones de Aprendizaje Organizacional	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Coefficiente Variación %
Adquisición del conocimiento externo	1,50	4,88	3,81	0,75	19,7
Adquisición del conocimiento interno	2,75	5,00	3,96	0,59	14,9
Distribución del conocimiento	2,40	5,00	4,09	0,64	15,6
Interpretación colectiva	3,00	5,00	4,14	0,71	17,1
Memoria organizativa	2,50	5,00	3,88	0,77	19,8
Desaprendizaje	3,00	5,00	4,10	0,72	17,6

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta de investigación

Nota: La unidad de medidas se presenta en escala de Likert

Los indicadores financieros de las cooperativas de los segmentos estudiados se muestran en la Tabla 4, donde se evidencia que la estructura y calidad de los activos es alta, es decir que existe un buen porcentaje de activos productivos en las entidades financieras. Por otro lado, la morosidad refleja un porcentaje de 5,7%, el cual es bajo con relación al promedio del país de los tres segmentos que es de 7,6%. La eficiencia microeconómica en las cooperativas tiene una media cercana a 1, con una variación del 14%. Con respecto a las rentabilidades, el promedio del ROE es del 3%, y el ROA presenta un porcentaje de 0,04% hay que tomar en cuenta que sus variaciones son altas. En lo que respecta a la intermediación financiera las cooperativas demuestran ser eficientes con respecto a la colocación de los depósitos que reciben, pero con referencia a la eficiencia financiera que calcula la rentabilidad del proceso de intermediación con respecto al patrimonio esta es baja, con una variación de 125,83%. Por otro lado, la cartera por vencer tiene una media del 20%. Finalmente, el promedio de liquidez de las cooperativas de estudio es del 30% con una variación del 45%.

Tabla 4. Datos descriptivos de los Indicadores Financieros al año 2020

Indicadores de Desarrollo financiero	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Coefficiente Variación %
Estructura y calidad de activos	0,72	1,00	0,910	0,0621	06,82
Morosidad	0,00	0,20	0,057	0,0510	89,57
Eficiencia microeconómica	0,67	1,22	0,951	0,1334	14,03
Resultado sobre patrimonio (ROE)	0,00	0,09	0,030	0,0282	94,00
Resultado sobre activo (ROA)	0,00	0,02	0,004	0,0049	122,50
Intermediación financiera	0,73	1,96	1,100	0,2817	25,61
Eficiencia financiera	0,00	0,09	0,026	0,0330	126,92
Cartera por vencer	0,11	0,44	0,206	0,0751	36,46
Liquidez	0,14	0,77	0,306	0,1392	45,59

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de la SEPS

Nota: La unidad de medidas se presenta en fracción decimal

Como se aprecia en los resultados de la Tabla 5, todas las dimensiones del Aprendizaje organizacional presentan correlaciones significativas a un nivel de significancia del 0,01 y del 0,05 con valores $p < 0,05$, excepto en el caso del Desaprendizaje con la Adquisición del conocimiento externo e interno y la Distribución del conocimiento, en cuyos casos se encontró valores $p > 0,05$. Los coeficientes de correlación presentados expresan que aquellas dimensiones que exhiben relaciones significativas están asociadas a un nivel moderado que se encuentra entre 0,46 y 0,51 con dos excepciones que presentan valores moderados altos alrededor de 0,6.

Tabla 5. Correlación de Spearman - Aprendizaje Organizacional

Dimensiones de Aprendizaje Organizacional		Adquisición del conocimiento externo	Adquisición del conocimiento interno	Distribución del conocimiento	Interpretación colectiva	Memoria organizativa	Desaprendizaje
Adquisición del conocimiento externo	Correlación Sig. (p valor)	1,000					
Adquisición del conocimiento interno	Correlación Sig. (p valor)	0,519 0,029	1,000				
Distribución del conocimiento	Correlación Sig. (p valor)	0,459* 0,024	0,617** 0,001	1,000			
Interpretación colectiva	Correlación Sig. (p valor)	0,441* 0,048	0,506* 0,046	0,467* 0,021	1,000		
Memoria organizativa	Correlación Sig. (p valor)	0,411* 0,046	0,593** 0,002	0,501** 0,007	0,460 0,044	1,000	
Desaprendizaje	Correlación Sig. (p valor)	0,051 0,813	0,142 0,509	0,379 0,067	0,589** 0,002	,501* 0,003	1,000

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta de investigación

Nota: *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El análisis de correlación entre el *Aprendizaje organizacional*, dentro del cual están incluidas todas sus dimensiones, y los indicadores que reflejan beneficios financieros, reportaron correlaciones significativas, debido a que en todos los casos el p valor es inferior a 0,05. Además, se aprecian correlaciones moderadas bajas y positivas que oscilan entre 0,304 y 0,363, como se puede apreciar en la Tabla 6.

Tabla 6. Correlación de Pearson – Aprendizaje organizacional y Desempeño Financiero

Indicadores de Desempeño financiero	Aprendizaje organizacional	
Aprendizaje organizacional	Pearson	1,000
	Sig. (p valor)	
Eficiencia microeconómica	Pearson	0,334*
	Sig. (p valor)	0,039
Resultado sobre patrimonio (ROE)	Pearson	0,304*
	Sig. (p valor)	0,043
Resultado sobre activo (ROA)	Pearson	0,363*
	Sig. (p valor)	0,037
Eficiencia financiera	Pearson	0,320*
	Sig. (p valor)	0,041

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta de investigación y la base de datos de la SEPS

Nota: *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Conclusiones

Los resultados de la investigación demuestran la existencia de una correlación significativa entre el aprendizaje organizacional y los beneficios financieros, por lo tanto es necesario tomar acciones para el mejoramiento de las prácticas del aprendizaje organizacional en cada una de sus dimensiones, a saber: adquisición de conocimiento externo, adquisición de conocimiento interno, distribución de conocimiento, interpretación colectiva, memoria organizativa y desaprendizaje, sin que se descuide ninguna de ellas, ya que aquello equivaldría a interrumpir el proceso de aprendizaje que está asociado a los resultados financieros en las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la provincia de Tungurahua.

Según los resultados de los ítems investigados en la dimensión correspondiente a las prácticas del *desaprendizaje*, se establece que estas deben ser

especialmente atendidas, pues el promedio obtenido en esta dimensión puede ser mejorado. Esta dimensión en particular tiene un amplio impacto sobre las demás, y sobre toda la organización; debido a que, el *desaprendizaje* se fundamenta en extraer lecciones aprendidas que conducen a establecer un nuevo modo de hacer las cosas, y dan impulso a la generación de nuevos aprendizajes.

Las prácticas del *Aprendizaje organizacional* en las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la provincia de Tungurahua cuentan con la oportunidad de ser potenciadas de manera simultánea en todas sus dimensiones, por cuanto se aprecia que los coeficientes de variación de dichas dimensiones reflejan similitud en la variabilidad de las respuestas otorgadas por los directivos. Además, los resultados de las medias y las correlaciones significativas entre las dimensiones revelan que existen condiciones propicias para el desarrollo del aprendizaje organizacional en las cooperativas estudiadas.

La naturaleza distinta y propia del significado de cada uno de los indicadores financieros se refleja en los resultados de los estadísticos descriptivos, a partir de los cuales se observa que los coeficientes de variación son muy diferentes entre ellos, a diferencia de lo que ocurre con los coeficientes de variación de las dimensiones del *Aprendizaje organizacional*. Esto indica que existe mucha variabilidad en el conjunto de datos con respecto a su media, sobre todo en el caso del ROA, ROE y Eficiencia financiera, y en menor magnitud en el caso de la estructura y calidad de activos y los demás indicadores que se muestran en la Tabla 4, por tal razón es necesario estudiarlos de acuerdo a su significado, su propia problemática e implicaciones.

Los resultados obtenidos del análisis de varianza permitieron investigar este tema de manera simultánea en los segmentos 1, 2 y 3 a los que se aplicó los indicadores de las variables de estudio; no obstante, sería muy interesante la inclusión de otras variables, tales como, estrategias empresariales, facilitadores o las barreras para

el aprendizaje organizacional con el fin de revelar nuevas relaciones con los beneficios financieros.

Estudios como Dimovsk & Škerlava (2014) han sugerido que el impacto del aprendizaje organizacional en el desempeño financiero es estadísticamente significativo, positivo y fuerte, señalando que, en la nueva economía basada en el conocimiento, es vital para la gestión empresarial comprender la relación entre el aprendizaje y el desempeño organizacional. En la medida que se tome en cuenta nuevos factores y variables asociadas al aprendizaje, es posible emprender nuevos estudios de carácter explicativo en busca no solo de los beneficios financieros, sino de beneficios sociales y ambientales, dando paso a la transformación de organizaciones tradicionales a organizaciones inteligentes y de triple impacto.

Nota: Ponencia presentada en el II Congreso Internacional Economía y Contabilidad Aplicado a la Empresa y Sociedad, ECAES 2021, desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

Referencias

- Arbaiza, L. (09 de Diciembre de 2017). *¿En qué consiste el aprendizaje organizacional?* Obtenido de Management & Empleo: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/consiste-aprendizaje-organizacional-222286-noticia/?ref=gesr>
- Argyris, C., & Schön, D. (1977). Organizational Learning: A Theory of Action Perspective. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 345-348. doi:doi.org/10.2307/40183951
- Cangelosi, V., & Dill, W. (1965). Organizational learning: Observations toward a theory. *Administrative Science Quarterly*, 10(2), 175-203. doi:10.2307/2391412
- Canto de Gante, Á. G., Sosa González, W. E., Bautista Ortega, J., Escobar Castillo, J., & Santillán Fernández, A. (2020). Escala de Likert: Una alternativa para elaborar e interpretar un instrumento de percepción social. *Revista de la alta tecnología y sociedad*, 12(1).
- Correa García, J. A., Gómez Restrepo, S., & Londoño Casteña, F. (2018). Indicadores financieros y su eficiencia en la explicación de la generación de valor en el sector cooperativo. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 26(2), 129-144. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v26n2/0121-6805-rfce-26-02-129.pdf>
- Da Ros, G. (2007). El movimiento cooperativo en el Ecuador. Visión histórica, situación actual y perspectivas CIRIEC-España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 249-284.
- Del Río Cortina, J., & Rojas, D. F. (Julio-Diciembre de 2011). Perspectivas del aprendizaje organizacional como catalizador de escenarios competitivos. *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(26), 247-266. Obtenido de <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/348/1.%20articulo%20UPB.pdf?sequence=1>
- Dimovsk, V., & Škerlavaj, M. (2014). Organizational learning and its impact of financial and nonfinancial performance. *University of Ljubljana*, 2-18.
- Dodgson, M. (1993). Organizational learning: a review of some literatures. *Organization Studies*, 14(3), 375-394.
- Ellinger, A., Ellinger, A., Yang, B., & Howton, S. (2002). The relationship between the Learning Organization concept and firms financial performance: An empirical assessment. *Human Resource Development Quarterly*, 13(1), 5-21.
- Fernández, J. (2014). *La orientación al aprendizaje organizacional y su impacto en el desempeño de una empresa del sector financiero*. España: Universidad de Murcia.
- Fiol, M., & Lyles, M. (1985). Organizational Learning. *Academy of Management Review*, 10(4), 803-813. doi:doi.org/10.5465/amr.1985.4279103
- Golác, M. (2014). *La Evaluación Financiera Empresarial*. Obtenido de Instituto Superior Tecnológico El Buen Pastor: <http://perfeccionate.urp.edu.pe/econtinua/FINANZAS/leccion6-analisis-financiero-BuenPastos.pdf>
- Gómez-Romo, M. (2021). *La Gestión del conocimiento en la promoción de redes asociativas del sector calzado de la provincia de Tungurahua en el año 2017* (tesis doctoral). Universidad Nacional de Rosario, Rosario. Argentina.
- Huber, G. (1991). Organizational Learning: The Contributing Processes and the Literatures. *Organization Science*, 2(1), 88–115. doi:10.1287/orsc.2.1.88
- Jensen, J., & Rasmussen, O. (2004). An inquiry into the foundations of organizational learning and the learning organization. *The Learning Organization*, 11(6), 478-490. doi:10.1108/09696470410548836
- Jiménez, E. (2017). Evaluación financiera del sistema de seguridad y salud ocupacional en la empresa privada y su impacto económico – social. *Actualidad Contable Faces*, 20(34), 1-15. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25749951007>
- Kanwal, E., Nawaz, W., Nisar, Q., & Azeem, M. (2017). Does Organization Learning Capacity influence the Organization Effectiveness? Moderating Role of Absorptive Capacity. *International Journal of Engineering and Information Systems (IJEAIS)*, 1(7), 28-35.
- Kanwal, E., Nawaz, W., Nisar, Q., & Azeem, M. (2017). Does Organization Learning Capacity influence the Organization Effectiveness? Moderating Role of Absorptive Capacity. *International Journal of Engineering and Information Systems (IJEAIS)*, 1(7), 28-35. Obtenido de <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01599097/document#:~:text=Results%20of%20study%20indicated%20that,learning%20capacity%20and%20organizational%20effectiveness.>

- Kaplan, Metin, Ögut, A., Bickes, M., & Kaplan, A. (2014). The relationship between organizational learning and financial performance; A study of small-sized business in Turkey. *Journal of WEI Business and Economics*, 3(2), 17-24.
- Levin, R. R., D. (2004). *Estadística para Administración y Economía*. México: Pearson Educación.
- Martínez, J. E., Serna, M. d., & Montoya, N. P. (Julio-Diciembre de Ciudad de México de 2019). Influencia del aprendizaje organizacional y los resultados de las Pymes. *Investigación Administrativa*, 48(124), 1-17. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782019000200006&script=sci_arttext
- Molina, J. B., Aranda, L. L., Flores, M. H., & López, E. J. (2013). Utilización del alfa de Cronbach para validar la confiabilidad de un instrumento de medición de satisfacción del estudiante en el uso del software Minitab MISP. In 11th LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology (LACCEI'2013) "Innovation in Engineering, Technology and Education for Competitiveness and Prosperity" August (pp. 14-16).
- Moreno, M. P., Baltazar, R. G., Beltrán, C. A., & Núñez, F. E. (2018). Fiabilidad y validez factorial del instrumento para medir calidad de vida en el trabajo "CVT-Gohisalo"(versión breve). *Revista Salud Uninorte*, 34(1), 68-75.
- Nevis, E., DiBella, A., & Gould, J. (1995). Understanding Organizations as Learning Systems. *Sloan Management Review*, 36(2), 73-85.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora del conocimiento: cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. (M. H. Kocka, Trad.) México: Oxford University Press.
- Ouma, R., & Kombo, H. (2016). Effect of Organizational Learning on Organizational Performance of Food Manufacturing Firms in Nairobi County, Kenya. *European Journal of Business and Management*, 8(30), 54-61. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/234627551.pdf>
- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista colombiana de psiquiatría*, 34(4), 572-580.
- Pham, T. L., & Hoang, H. V. (2019). The relationship between organizational learning capability and business performance: The case of Vietnam firms. *Journal of Economics and Development*, 21(2), 259-169. doi:10.1108/JED-10-2019-0041
- Roder, N. (19 de Marzo de 2019). *What is Organizational Learning (And Why is it Important?)* Obtenido de Workest: <https://www.zenefits.com/workest/what-is-organizational-learning/>
- Santos Vijande, M. L., Sanzo Pérez, M. J., García Rodríguez, N., & Trespacios Gutiérrez, J. A. (2009). Procesos de aprendizaje en las pyme industriales españolas: efectos en la innovación, calidad de la oferta y resultados empresariales. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 19(33), 35-54. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81819022004.pdf>
- Senge, P. M. (2012). *La quinta disciplina. Como impulsar el aprendizaje en la organización inteligente*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica, S.A.
- Shahid, S., & Yazdani, N. (2013). Organizational Learning: An Evaluation of Relevant Literature. *Journal of Strategic Human Resource Management*, 2(2), 20-28. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/256062977_Organizational_Learning_An_Evaluation_of_Relevant_Literature
- Stable, Y. (2016). Aprendizaje organizacional en organizaciones de ciencia tecnología e innovación. *Ingeniería Industrial*, 32(1), 78-90. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360443665008.pdf>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (Abril de 2013). *Boletín trimestral I Un vistazo del sector cooperativo por segmentos y niveles*. Obtenido de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria: https://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/Bolet%C3%ADn%20trimestral%2024_04_2013_final.pdf/68b53d50-3a0d-461a-8bd9-bbad0c5589a6
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (Abril de 2017). *Fichas Metodológicas de Indicadores Financieros*. Obtenido de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria: <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/594508/NOTA+TE%CC%81CNICA+PARA+PUBLICAR+-+FICHA+METODOLOGICAS+DE+INDICADORES.pdf/a71e5ed1-7fae-4013-a78d-425243db4cfa>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2018). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec>: <http://www.seps.gob.ec/noticia-medio?en=2017-se-registra-crecimiento-de-economia-popular-y-solidaria>
- Thompson, J. (11 de Enero de 2009). *Todo sobre proyectos*. Obtenido de Slideshare: <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/01/ti-pos-de-evaluacion.html>
- Touvila, A. (31 de Mayo de 2020). *What Is Financial Analysis?* Obtenido de Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/f/financial-analysis.asp>
- Werlang, N., & Rossetto, C. (2019). The effects of organizational learning and innovativeness on organizational performance in the service provision sector. *Gestão & Produção*, 26(3), 1-18. doi:10.1590/0104-530X3641-19
- Yeo, R. (2005). Problem-based learning: Lessons for administrators, educators and learners. *International Journal of Educational Management*, 19(7), 5401-5551. doi:10.1108/09513540510625581

La solvencia de las MiPymes en la provincia de Tungurahua: un análisis desde la perspectiva de Altman y Ohlson

The solvency of MSMEs in the province of Tungurahua: an analysis from the perspective of Altman and Ohlson

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1797>

Daniela Chachipanta-Cárdenas¹; Ana Córdova-Pacheco²; Mayra Bedoya-Jara³; Germán Salazar-Mosquera⁴

Fecha de recepción: 11 de noviembre de 2021

Fecha de aceptación: 21 de abril de 2022

Resumen

El presente estudio permite analizar las premisas teóricas mediante la comparación de previas investigaciones que influyen al estudio de la predicción de la insolvencia empresarial; a su vez permita evaluar el uso de indicadores financieros obtenidos con la aplicación de los modelos de predicción del fracaso empresarial, determinando si las empresas presentan dificultades financieras mediante la información contenida en los estados financieros. Se obtuvo una muestra de 200 empresas de la provincia de Tungurahua, conformadas por distintos sectores económicos, en el período 2016 – 2019, y con el uso metodológico de cada modelo se puede medir la probabilidad de que una empresa se encuentre en un estado de insolvencia. Finalmente se compararon los modelos de Altman y Ohlson, como herramientas de análisis, mismas que permitieron evaluar las amenazas de estabilidad financiera; estos modelos alcanzaron porcentajes de aciertos muy significativos permitiendo la toma de decisiones pertinentes, evitando el cierre de estas empresas, además se pudo determinar el grado de precisión y de confiabilidad entre los modelos circunda del 70 al 90%.

Palabras clave: Insolvencia, indicadores financieros, MiPymes, modelo Z, logit.

Abstract:

The present study allows us to analyze the theoretical premises by comparing previous research that influences the study of the prediction of business insolvency; at the same time, it allows evaluating the use of financial indicators obtained with the application of business failure prediction models, determining if companies have financial difficulties through the information contained in the financial statements. A sample of 200 companies in the province of Tungurahua, made up of different economic sectors, was obtained in the period 2016-2019, and with the methodological use of each, the probability that a company is in a state of insolvency can be measured. Finally, the Altman and Ohlson models were compared, as analysis tools, which made it possible to evaluate the threats to financial stability; These models reached very important percentages of correct answers, allowing the making of pertinent decisions, avoiding the closure of these companies, in addition to being able to determine the degree of precision and reliability between the models around 70 to 90%.

Keywords: Insolvency, financial indicators, MSMEs, model Z, logit.



Esta publicación se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - NoComercial 4.0 Internacional.

¹ Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato-Ecuador. E-mail: dchachipanta9103@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7093-7163>

² Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato-Ecuador. E-mail: anaccordova@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6330-3306>

³ Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato-Ecuador. E-mail: mp.bedoya@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1429-3548>

⁴ Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato-Ecuador. E-mail: gm.salazar@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3056-7396>

Introducción

La evaluación de insolvencia, fracaso empresarial, quiebra, es un término que cuenta con un sinnúmero de definiciones, que para varias investigaciones es usada para determinar el cierre de una empresa. Por consiguiente, una insolvencia es una dificultad que se presenta dentro de una empresa, para lo cual mediante el uso de los balances se puede tomar decisiones, que permitan la recuperación de la misma. Para García, Sánchez, & Tomaseti (2016) manifiestan que las empresas que entran en un estado de insostenibilidad provocando un contagio a las demás empresas con las que estas tenían cierta relación, además estas afectan de forma directa con la actividad económica. Determinando dos tipos de fracaso; el fracaso económico, siendo aquellas que al no poder desarrollarse financieramente traen como consecuencia el quebranto de su importe dentro del mercado, y fracaso contractual o financiero, aquel que no cuenta con la capacidad de cubrir con las obligaciones financieras a corto o largo plazo, es decir, es aquella que supera sus pasivos ante sus activos (Bolaños, 1997).

En relación a lo anterior a nivel mundial las MiPymes contribuyen de manera significativa a la economía de los países, ya que son un pilar fundamental en la generación de empleo. En la investigación realizada por el Centro de Desarrollo Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) & Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2013), manifiestan que las pymes son actores claves para el crecimiento potencial de América Latina, constituyendo un 99% del total de empresas y un 67% en dar empleo del total de trabajadores; estas microempresas van desde el autoempleo hasta llegar a ser empresas de alta eficiencia, siendo capaces de exportar sus bienes y/o productos, esto, mediante la aplicación de políticas que ayuden al crecimiento de las mismas, ya que estas contribuirán de manera significativa al incremento de productividad.

En el Ecuador las MiPymes son una parte importante del desarrollo productivo a nivel nacional, es así que para el año 2019 existieron 882.766 empresas de las cuales el 90,89% son Microempresas, seguido de las pequeñas con un 7%, y el 1,63% para las medianas siendo el 0,49% únicamente para grandes empresas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2019). En lo que respecta a la provincia de Tungurahua según datos proyectados del INEC, las MiPymes se convirtieron en la mayor fuente de ingresos en la provincia, la relación entre la actividad productiva, y la Población Económicamente Activa (PEA) manifiesta: para la actividad agrícola figura el 27,61%, manufactureras con el 19,04% y el comercial con el 16,88%, servicios con el 13,8% transporte el 4,6%, construcción el 5,29%, servicios financieros el 1,2% y otras actividades el 11,54% (Gobierno Provincial de Tungurahua, 2020).

De lo presentado anteriormente es importante analizar la estructura empresarial del Ecuador y del crecimiento económico de Tungurahua y medir el nivel de insolvencia o fracaso empresarial de las MiPymes, dicha conceptualización circunda en el término de crisis y la posibilidad de suspensión de la actividad comercial de la empresa. En este sentido, las empresas por lo general tienen un ciclo económico que es conducente a generar factores de desequilibrio, específicamente en la etapa de declive que es donde se presenta el fracaso, ya que la imposibilidad de concretar pagos a proveedores, instituciones financieras, accionistas, entre otros, provocan el cierre de las mismas. La medición de la insolvencia utiliza modelos, los cuales se fundamentan en información financiera de carácter secundario, la cual es medida con diferentes niveles de predicción mediante la aplicación de indicadores financieros; estas metodologías promulgan un asertividad que va desde el 70,5 al 95,4%, siempre y cuando exista una correcta estratificación de los factores muestrales y de las variables analizadas (Beade, Rodríguez, & Santos, 2017).

De tal modo que la investigación tiene como objetivo analizar los sesgos de insolvencia empresarial generado en las pequeñas, medianas y microempresas en la provincia de Tungurahua en distintas actividades económicas, con la finalidad de representar el nivel de incidencia; así mismo, la determinación de la influencia de los diferentes indicadores en cada categoría presentada mediante el uso de los modelos de predicción de insolvencia de Altman Z-Score y Ohlson, los cuales han tenido diferentes pilotajes que han demostrado una veracidad y asertividad en sus resultados (Sarango, 2021).

Metodología

Las actividades económicas de la provincia de Tungurahua se encuentran agrupadas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), en consecuencia a esta clasificación, la provincia tiene 11 categorías económicas, de las cuales la mayor representación la adjudica el sector Comercio al por mayor y al por menor: reparación de vehículos automotores y motocicletas, que representan el 47%, luego se ubican las Industrias manufactureras que representan el 21% del muestreo para los años de estudio.

Tabla 1. Clasificación de las empresas consideradas en este estudio

Rama	Descripción de la rama	Pequeña		Mediana		Microempresa		Total empresas	
		Número	%	Número	%	número	%	número	%
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	2	2%	2	2%	1	4%	5	3%
C	Industrias manufactureras.	13	15%	27	30%	2	8%	42	21%
F	Construcción.	6	7%	0	0%	4	17%	10	5%
G	Comercio al por mayor y al por menor reparación de vehículos automotores y motocicletas.	37	44%	47	52%	9	38%	93	47%
H	Transporte y almacenamiento.	7	8%	1	1%	1	4%	9	5%
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	2	2%	4	4%	0	0%	6	3%
J	Información y comunicación.	5	6%	1	1%	0	0%	6	3%
L	Actividades inmobiliarias.	4	5%	0	0%	5	21%	9	5%
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas.	2	2%	1	1%	2	8%	5	3%
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	3	4%	6	7%	0	0%	9	5%
P	Enseñanza.	4	5%	2	2%	0	0%	6	3%
Total		85	100%	91	100%	24	100%	200	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2019)

Población y muestra de estudio

La población considerada en este estudio que el investigador explora mediante segmentación es: 330 MiPymes de la provincia, pertenecientes a las diferentes actividades económicas. Sin embargo, en función de la respuesta a la selección de temporalidad, a la disponibilidad de información financiera encontradas para el período de estudio 2016-2019, se sintetizan en 200 empresas, las cuales cubren casi todas las actividades económicas productivas de la provincia.

El diseño de la investigación es de carácter cuantitativo, siendo el tratamiento de información en su totalidad de fuentes secundarias recopiladas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador (SUPERCIAS), así como la utilización documental a través de la aportación de documentación científica de varias fuentes entre estas Redalyc, Scielo, Scopus entre otras.

Para poder determinar la probabilidad de insolvencia se utiliza los modelos de predicción que permitan determinar el fracaso empresarial de las MIPYMES de la provincia de Tungurahua, es así que el investigador utilizó la aplicación de modelos multivariantes, clasificados en modelos logit y discriminantes que son de frecuente uso; para el efecto, la utilización de la ficha de observación fue necesaria en el sentido de estructurar una base metodológica para el tratamiento de la información financiera y la realización de los modelos.

La determinación de la muestra se obtuvo mediante el cumplimiento de los siguientes criterios:

- Ubicadas dentro de la provincia de Tungurahua.
- Información histórica de sus balances, consecutiva en los 4 años de estudio, además de tener una trayectoria concurrente de 3 años antes.
- Pertenecer al tamaño de empresas (MiPymes), para lo cual se partirá del Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE).

Tabla 2. Estructura de las empresas de acuerdo al tamaño

Tamaño	Ventas	Personal	N° de empresas en Tungurahua	Porcentaje
Mediana	\$1'000.001 a \$5'000.000	50 a 199	91	46%
Pequeña	\$100.001 a \$1'000.000	10 a 49	85	42%
Microempresa	menor o igual a \$100.000	1 a 9	24	12%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información presentada por el Directorio de Empresas y Establecimientos (2019)

Las MiPymes en América Latina tiene una gran aportación a la economía de cada país para ello Stezano (2013), indica que gracias a las microempresas los habitantes latinoamericanos se encuentran dentro de un empleo, permitiéndoles cubrir sus gastos; de igual manera, este contribuye con los impuestos el cual beneficia al gobierno de cada país. Para Magill & Meyer (2005) en su estudio a las microempresas estimo que cerca del 25% de los que tienen un empleo esta dado por la mano de obra urbana, generando ventas el cual representaban un 26% del Producto Interno Bruto (PIB) y un 10% de ingresos netos.

Modelo Z- Score de Altman

El modelo discriminante Z Score de Altman, en el rango de análisis categorizado como modelo paramétrico, el cual pretende con su aplicación discriminar a las empresas con dificultades financieras por medio de ratios de liquidez, rentabilidad, apalancamiento y solvencia. El modelo de Altman se concentra en asignar una puntuación a cada indicador en conjunto y en virtud de esto determinar su nivel de solvencia.

Modelo puntaje "Z" de Altman para empresas de capital abierto manufactureras se realizó mediante la siguiente ecuación:

$$Z = 1,2(X_1) + 1,4(X_2) + 3,3(X_3) + 0,6(X_4) + 0,999(X_5)$$

Donde:

X1= Capital de Trabajo / Activos Totales

X2= Utilidades Retenidas / Activos Totales

X3= Utilidades antes de intereses e impuestos / Activos totales

X4= Valor de mercado del patrimonio / Valor en libros totales de la deuda

X5= Ventas / Activos Totales

Los valores 1,2; 1,4; 3,3; 0,6 y 0,999 son valores asignados por Altman en su investigación en 1968.

Modelo puntaje “Z” de Altman para empresas de capital cerrado manufactureras se realizó mediante la siguiente ecuación:

$$Z = 0,17(X_1) + 0,847(X_2) + 3,107(X_3) + 0,42(X_4) + 0,998(X_5)$$

Donde:

- X1= Capital de Trabajo / Activos Totales
 - X2= Utilidades Retenidas / Activos Totales
 - X3= Utilidades antes de intereses e impuestos / Activos totales
 - X4= Valor contable del patrimonio / Valor en libros totales de la deuda
 - X5= Ventas / Activos Totales
- Los valores 0,17; 0,84; 3,107; 0,42 y 0,998 son valores asignados por Altman en su investigación en 1968.

Modelo puntaje “Z” de Altman para empresas de capital cerrado en general.

$$Z = 6,56(X_1) + 3,26(X_2) + 6,72(X_3) + 1,05(X_4)$$

Donde:

- X1= Capital de Trabajo / Activos Totales
- X2= Utilidades Retenidas / Activos Totales
- X3= Utilidades antes de intereses e impuestos / Activos totales
- X4= Valor contable del patrimonio / Valor en libros totales de la deuda

Los valores 6,56; 3,26; 6,72 y 1,05 son valores asignados por Altman en su investigación en 1968.

El modelo Z de Altman para su posterior análisis utiliza puntos de corte o límites de puntaje que determinan tres bloques de predicción (zona de quiebra, ignorancia o gris y segura), ver en tabla 3, los cuales se interpretan en estricta dependencia al termómetro de Altman, el sustento del modelo es principalmente los ratios financieros, obviamente la veracidad en la exploración de los estados financieros, considerados para el periodo de estudio.

Tabla 3. Puntos de corte

Predicción	Empresa capital abierto manufacturera	Empresa capital cerrado manufacturera	Z Empresa capital abierto genérica
Zona de quiebra	< 1,81	< 1,23	< 1,1
Zona de ignorancia (zona gris)	1,81 a 2,99	1,23 a 2,90	1,1 a 2,6
Zona Segura	> 2,99	> 2,90	> 2,6

Fuente: Elaboración propia a partir de Hernández, 2014

Modelo de Ohlson

De igual manera el investigador considera la realización del modelo de probabilidad condicional logit, el cual está dentro de la clasificación de modelo multivariante paramétrico, el

mismo que se fundamenta en un análisis de variables independientes de característica financiera y dependiente de característica dummy, comprendido entre 0 y 1, de esta forma el cero corresponde a empresas que han fracasado y el 1 que están presentes en el mercado, lo que conduce a no fracaso, para el efecto se utiliza los resultados del Z de Altman. En la investigación realizada por Pérez, González, & Lopera, (2013) los factores que intervienen en el modelo logit son:

1. El tamaño de la compañía.
2. Estructura financiera
3. Medida de desempeño
4. Medida de liquidez

Para el cálculo de este modelo se utiliza la siguiente fórmula:

$$P_i = (Y_i = 1) = \frac{e^{(X_i' \beta_i)}}{1 + e^{(X_i' \beta_i)}}$$

En donde:

- P_i = Punto de corte
- Y_i = Fragilidad
- O_i = Variables independientes (varia según año de quiebra)

Este modelo cuenta con una ventaja, ya que este no tiene restricciones a la hora de seleccionar variables (ratios financieros), por lo cual permite tener una veracidad en la predicción de quiebra, además este modelo cuenta con la aplicación de algoritmos, es decir, este modelo se desarrolló mediante el software SPSS. Una de las desventajas que se puede observar en este modelo que es sumamente dependiente de la información financiera, dado que empresas no muestran veracidad en sus balances, este puede producir errores en sus resultados (Velasco, 2019).

Evaluación del modelo

Para la validación del modelo fue necesario la utilización de datos, mediante el modelo de regresión logística usando el software antes mencionado, para ello se aplicó la prueba de Ómnibus, en donde si el valor p es menor al 0,05, permite verificar la significancia de los componentes del modelo (Fernández & Pérez, 2005). El valor p (p-value) es usado en estadística, ya sea desde las pruebas t hasta el análisis de regresión, Fisher permite determinar la significancia de los valores, comprueban estudios realizados en donde p debe estar por debajo de 0,05 significando que este rechazaría la hipótesis nula, por otro lado, la prueba de hipótesis para Neyman- Pearson fija niveles de significancia entre valores de 0,05 y 0,01 en donde si $p < 0,05$ o $p < 1$ rechaza la hipótesis nula (Díaz & Ríos, 2018).

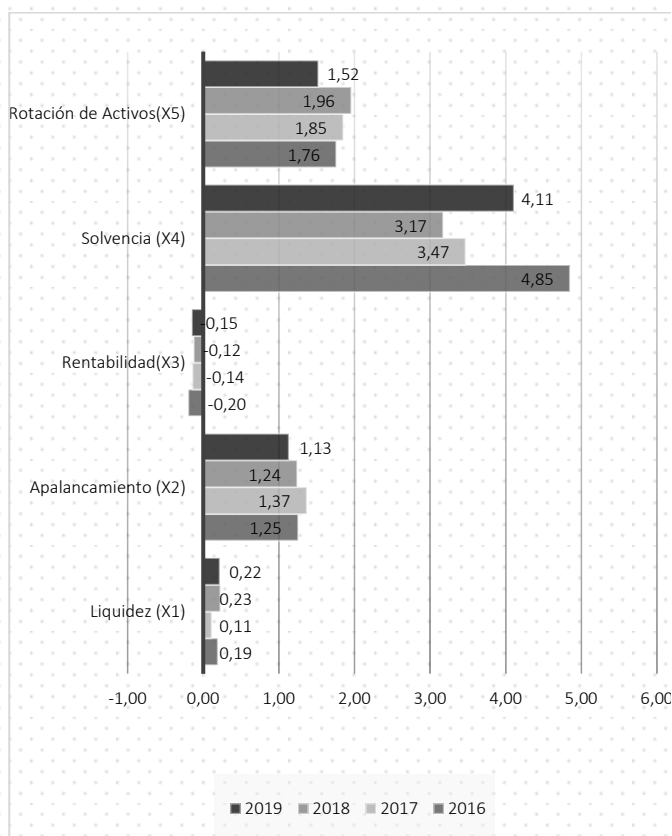
Mediante esta investigación se plantea la hipótesis H_0 = Los indicadores financieros no influyen en los modelos de predicción empresarial, H_1 = Los indicadores financieros influyen en los modelos de predicción. Por medio de la aplicación del software antes mencionado, este no solo predice las empresas que se encuentran en una probabilidad, ya que a su vez permite evaluar la significancia de las variables, es decir, aquellas que tienen un mayor acierto en la predicción de fracaso empresarial, considerando que para el efecto el modelo se sustenta en

cuatro indicadores financieros. Finalmente se realiza una comparación de los modelos, indicando el nivel de precisión de estas dos metodologías.

Resultados

Mediante el cálculo del modelo Z- Score de Altman por medio de la fórmula $Z=0,717(X_1) +0,847(X_2) +3,107(X_3) +0,42(X_4) +0,998(X_5)$, permitió realizar el respectivo análisis:

Para determinar la solvencia de una empresa este debe tener un nivel de liquidez óptimo el cual no debe exceder de 1 a 1,5 en el cálculo de su fórmula. Además, estas empresas no deben contar con un apalancamiento de más del 30%, considerando la medida del capital y la medida de la exposición. Debe contar con una rentabilidad que obedece a la utilidad que se percibe en función al total de activos. Por otro lado, el indicador de solvencia nos permitirá dar un manejo adecuado del capital ya sea este en la reinversión como a inversiones externas. Así también la rotación de activos nos permitirá identificar el giro de las ventas. Por medio de estos indicadores se puede determinar la situación financiera en la que se encuentren las empresas independientemente del tamaño a que estas pertenezcan.



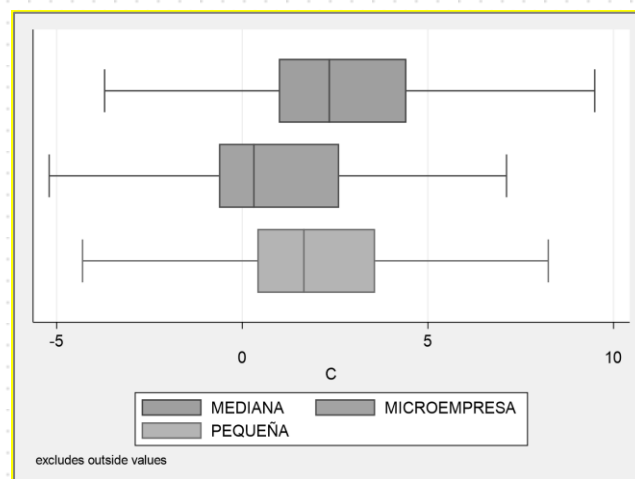
Fuente: Elaboración propia a partir de la información financiera proporcionada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS).

Figura 1. Análisis de Indicadores financieros del modelo Z-Score de Altman, de las MiPymes de Tungurahua

Como se puede apreciar, la liquidez no es capaz de cubrir el giro del negocio de las distintas actividades económicas en Tungurahua, sin embargo, para el año 2018 se puede apreciar que hubo una recuperación por parte de las empresas, manteniéndose dichos resultados en el año 2019. El apalancamiento tiende a subir en los años 2016 y 2017 ya que las empresas buscan tener una sostenibilidad dentro del mercado, pero en los próximos dos años este tiende a recuperarse, es decir, baja sus niveles de endeudamiento.

La rentabilidad en relación a los ingresos por ventas, se mantiene en niveles negativos, por lo que éstas no pueden generar las exigencias organizacionales de una empresa; mientras, que la solvencia mediante el volumen de activos se mantiene fuerte en 2016 y, sin embargo, para los años 2017 y 2018 se puede observar un decrecimiento en relación 4 a 3. Finalmente, la rotación de activos para el año 2018 se puede observar el nivel más alto de activos perteneciéndole un 1,96. Estos resultados han sido arrojados para el modelo de Altman, debido a que para el estudio se utilizó información de MiPymes.

Mediante estratificación previa respecto al tamaño de las empresas, permitió el siguiente análisis:



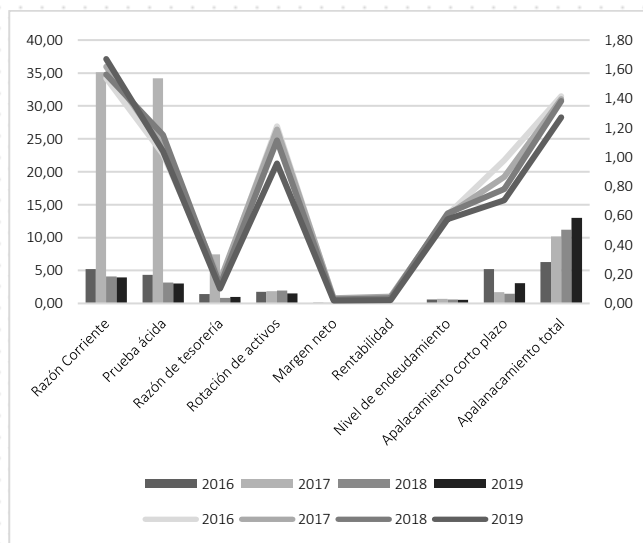
Fuente: Elaboración propia, mediante la representación visual en diagrama de caja simple SPSS v.21

Figura 2. Diagrama de cajas, modelo Z-Score de Altman análisis de las MiPymes de Tungurahua

Mediante la estratificación en el modelo de Altman Z-score y suprimido los valores atípicos, se concluye que las microempresas son aquellas que adjudican valores afianzados a la media en un rango inferior a -8,12, con lo cual se puede afirmar que se encuentran en la sección de insolvencia, asimismo su límite inferior presenta valores negativos, es decir, son aquellas empresas que están direccionadas al fracaso empresarial. Por otra parte las pequeñas empresas presentan una media cercana a los dos puntos, con lo cual se puede enfatizar que se encuentran en un rango especificado a la zona gris, de la misma manera su límite inferior de 4,53 el cual representa a las empresas direccionadas a la insolvencia, por último, las empresas medianas presentan una media superior a 5, siendo mayor a las 2 estratificaciones mencionadas con anterioridad, las mismas se encuentran en un punto

superior a los 3,5 puntos, con lo cual se afirma que se encuentran en la zona gris y cierta parte de ellas en la zona de solvencia, a lo cual se concluye que se puede aludir que las empresas con mejor gestión en la provincia de Tungurahua son aquellas que se encuentran categorizadas como empresas medianas, esto debido a un excelente nivel de capital en comparación con las otras, y un nivel de gestión propicio en un mercado competitivo.

Por medio del cálculo del modelo de Ohlson que se lo desarrolla con la aplicación de la regresión logística, se estratificó los datos, lo cual permitió realizar el análisis que sigue:



Fuente: Elaboración propia a partir de la información financiera propiciada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS).

Figura 3. Análisis de los indicadores del modelo de Ohlson, de las MiPymes de Tungurahua

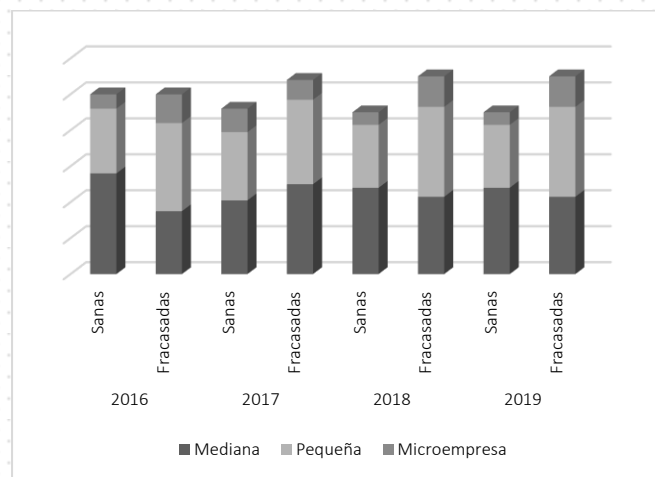
Mediante la aplicación del modelo de Ohlson se puede mencionar que, el indicador de liquidez está dado por la razón corriente al ser analizado el activo corriente sobre el pasivo corriente cuenta con una mediana entre 1,54 al 1,67, el cual indica que éstas empresas son capaces de cubrir sus deudas y continuar con el giro del negocio, continuando con la prueba ácida, indica además que se encuentra con un valor óptimo cerca de 1,0. Y finalmente la Razón de Tesorería indica la capacidad que tiene la empresa para enfrentar sus obligaciones a corto plazo, en el año 2016 las empresas eran capaces de cubrir sus obligaciones, sin embargo para los años 2017 al 2019 estas empresas no contaron con valores disponibles para cancelar sus obligaciones.

La rotación de activos tiene un promedio del 1,8 veces para el año 2016 donde se puede observar un crecimiento consecutivo hasta el 2018, haciendo uso de sus activos favorablemente, sin embargo, para el año 2019 este tuvo un decrecimiento del 0,3 siendo el nivel más bajo.

El margen neto de las empresas presenta un promedio para 2016 y 2017 del 11%, en 2018 su margen tuvo un incremento del 6%, pero para el año 2019 este bajó al 10%, sin embargo, estos valores son altos por lo que se concluye

que estas empresas pueden generar dividendos mediante las operaciones realizadas ya sean ventas o por actividades no operacionales. La rentabilidad del activo calculada muestra la eficiencia que tiene la empresa para generar dividendos mediante el uso de sus activos con un promedio del 8% en los cuatro años de estudio.

El apalancamiento es alto para el año 2016, se puede notar que las empresas entran en un sobreendeudamiento con un promedio de 5 y una mediana de 0,98, demostrando que no pueden hacerse cargo de sus obligaciones con sus acreedores. En los siguientes años, estas empresas se han ido liberando de sus obligaciones y en 2019 llega con una mediana del 0,71, que, si bien no se encuentra dentro de los valores óptimos, éstas han podido cancelar sus obligaciones con los acreedores reduciendo sus niveles de sobreendeudamiento. Por último, el apalancamiento total mediante el cálculo del total de pasivos sobre patrimonio, permite conocer cuan involucrados se encuentran los acreedores en la financiación de sus activos, mientras más bajos se encuentren estos valores en mejor posición se encuentra la empresa.

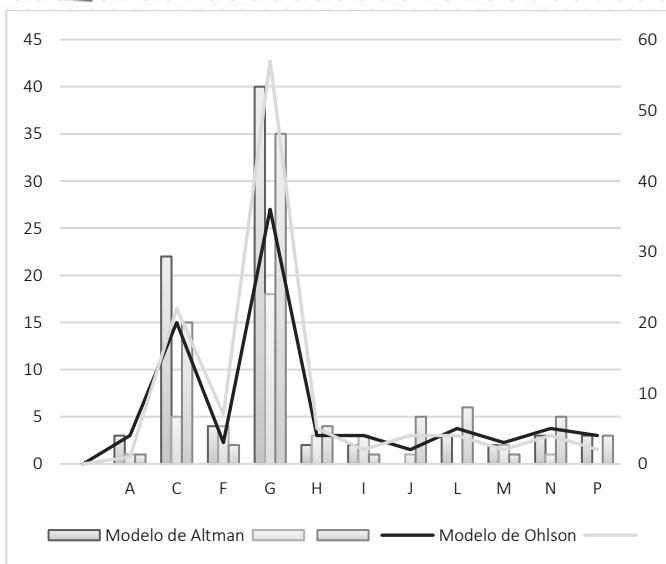


Fuente: Elaboración propia a partir de la información financiera propiciada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS).

Figura 4. Modelo Ohlson análisis de las MiPymes de Tungurahua

Mediante el modelo de Ohlson se determinó que el 53% de las empresas medianas se encuentren en estado de solvencia, a diferencia de las pequeñas empresas con el 42% y las microempresas con un 36%; estas últimas al tener un capital pequeño y más obligaciones con terceros tiene un 64% de posibilidades de quiebra. De tal modo que, de 200 empresas, el 44% no presentan dificultades financieras, es decir, que estas empresas se localizan en estado de solvencia en el período de estudio, y el 56% fueron aquellas empresas que no pudieron hacer frente a sus obligaciones.

Una vez analizado la tendencia de las empresas mediante la clasificación según el tamaño, se procede a evaluar a las empresas clasificadas por sus actividades económicas, mediante la información obtenida de los modelos de Altman y Ohlson.



Fuente: Elaboración propia, mediante la representación visual en diagrama de caja simple SPSS v.21.
Figura 5. Actividades económicas de Tungurahua.

Dentro de las actividades económicas de mayor representación, se encuentra la actividad de comercio, que es propia de Tungurahua y presenta una proyección de quiebra alrededor del 41%, de las cuales con el 7% está concentrado en las pequeñas empresas; las Industrias manufactureras registra una probabilidad de un 29% de un escenario de quiebra, de las cuales las empresas pequeñas cuentan con una participación del 4%. De igual manera las empresas del Sector comercial cuentan con proyección de

solvencia del 40% del total de empresas, con un 24% de participación de las medianas empresas; para el sector industrial se obtuvo una proyección promedio del 51% de las empresas del sector, de las cuales cuentan con una participación promedio del 14% de las medianas empresas.

La aplicación del modelo de Ohlson, con la selección de las variables similares a las del modelo Z de Altman, arroja resultados muy cercanos al modelo anterior, donde la diferencia radica en que este modelo usa dos intervalos para determinar el estado en el que se encuentra la empresa, es decir, no cuentan con una zona de incertidumbre. Este modelo cuenta con una proyección promedio de quiebra del 56% en el sector comercial, además este sector cuenta con un riesgo del 26% de pequeñas empresas y para el sector industrial o manufacturero con una proyección del 50% en los cuatro años de estudio, con una participación promedio del 14% de empresas medianas. Las empresas solventes del sector comercial tienen una proyección del 44%, contando con la solvencia del 25% de empresas medianas, de igual manera en el sector industrial tiene una proyección del 51% y este sector también contribuye con el 14% de participación de las medianas empresas.

Comparación de los modelos

De acuerdo al modelo de regresión logística aplicando el programa SPSS se pudo determinar los porcentajes de asertividad de los modelos, el cual se puede apreciar en la siguiente figura.

Observado	Pronosticado			
	Fracasadas	Sanas	% de Corrección	
Tabla de clasificación año 2016	Fracasadas	88	12	88
	Sanas	18	82	82
Porcentaje global				85

Observado	Pronosticado			
	Fracasadas	Sanas	Corrección de porcentaje	
Tabla de clasificación año 2017	Fracasadas	93	15	86,1
	Sanas	66	26	28,3
Porcentaje global				59,5

Observado	Pronosticado			
	Fracasadas	Sanas	Corrección de porcentaje	
Tabla de clasificación año 2018	Fracasadas	95	15	86,4
	Sanas	18	72	80
Porcentaje global				83,5

Observado	Pronosticado			
	Fracasadas	Sanas	Corrección de porcentaje	
Tabla de clasificación año 2019	Fracasadas	93	17	84,5
	Sanas	67	23	25,6
Porcentaje global				58

Fuente: Elaboración propia a partir de la información financiera propiciada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS), por medio del programa SPSS.

Figura 6. Asertividad de empresas clasificadas en el período de estudio 2016 – 2019.

De acuerdo al año 2016 el modelo obtuvo un pronóstico del 85% de precisión, es decir, que se predijeron correctamente 88 empresas que se encontraron en estado de quiebra y 82 empresas en estado sanas o de solvencia, siendo así que el 15% de margen de error en su predicción. Para el año 2017 se obtuvo un pronóstico del 59,5% de casos

correctamente clasificados del modelo Z, el cual se predijo correctamente 93 empresas en estado de quiebra y con tan solo 26 empresas en estado de solvencia, el cual se refleja un margen de error del 40,5% en su predicción. Para el año 2018 el modelo obtuvo un pronóstico del 83,5% de precisión, en donde, con un margen de error del 16,5%, es

decir que de 110 empresas que se encontraban en estado de fracaso el modelo de regresión logística asignó a 15 empresas como sanas, y de 90 empresas solventes, el modelo asignó a 18 empresas como fracasadas. Finalmente, para el año 2019 se obtuvo un porcentaje global del 58% de empresas clasificadas correctamente el cual 93 empresas en estado de insolvencia están clasificadas correctamente y 23 empresas sanas con el 25,6% están catalogadas correctamente.

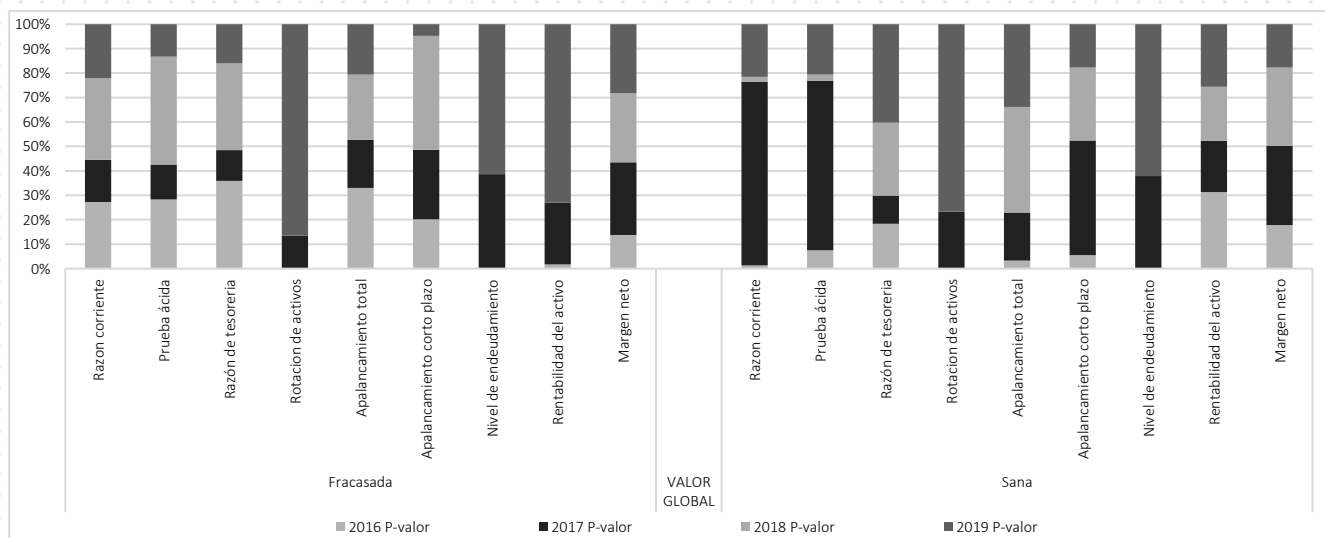
Prueba de ómnibus

Tabla 4. Validación de los modelos de Altman y Ohlson

Pruebas ómnibus de coeficientes del modelo Z			Pruebas ómnibus de coeficientes del modelo Ohlson		
Chi-cuadrado	gl	Sig.	Chi-cuadrado	gl	Sig.
2016 277,258	5	0	2016 133,215	9	0
2017 276,538	5	0	2017 10,793	9	0,29
2018 275,255	5	0	2018 140,258	9	0
2019 275,255	5	0	2019 9,714	9	0,374

Fuente: Elaboración propia a partir de la información financiera propiciada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS), por medio del programa SPSS.

Mediante la prueba de ómnibus se concluye que los indicadores financieros utilizados para ambos modelos son de gran importancia, es decir, que al tener los grados de libertad inferiores al 0,5 estos contribuyen a la predicción del quiebre de una empresa. Es decir que, el modelo de Altman desarrollado en 1968 utilizó cinco indicadores financieros, los cuales han sido utilizados ya por varios investigadores, han ayudado a una toma de decisiones pertinentes con el fin de mantener a las empresas dentro del mercado; de igual manera para el modelo de Ohlson desarrollado en 1980, cabe mencionar que este autor trabaja con nueve indicadores, ya que previa a investigaciones este considera pertinente no limitarse con sus variables, el cual permite agregar más indicadores o mantenerse con los ya mencionado, con el fin de mejorar más la predicción de insolvencia de las empresas. Concluyendo que, los indicadores usados en la previa investigación fueron dados de acuerdo a los criterios de los autores, por lo que se determinó que estos indicadores son más asertivos a la hora de predecir el estado de las empresas.



Fuente: Elaboración propia a partir de la información financiera propiciada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS).

Figura 7. Importancia de los indicadores financieros en la aplicación del modelo de Ohlson.

Las variables de la ecuación se determinaron por medio de P-valor, con un nivel de confianza valorado en 0,001 se afirma que las variables que tienen un mayor dominio en la predicción de insolvencia está dado por la rotación de activos y el nivel de endeudamiento, seguido por la rentabilidad del activo con un nivel de confianza valorados entre el 0,01 al 0,05. De la misma manera, en empresas denominadas en estado de solvencia prevalece con un nivel de confianza menor al 0,001 la rotación de activos y nivel de endeudamiento, seguido a un nivel de confianza valorada <0,05 la razón corriente y la prueba ácida. De acuerdo a la prueba ómnibus, las variables de la ecuación se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Los indicadores financieros influyen en los modelos de predicción.

Conclusiones

Mediante la aplicación de estos modelos se puede observar un 72% de asertividad, el cual va desde el 58% hasta el 85% de precisión de acuerdo al año de estudio. Sin embargo, se puede observar que se realizó una estratificación de los datos, debido a que hay empresas que en sus estados financieros se encontraba con una administración errónea es decir que, al realizar las sumas en cuentas como en capital de trabajo, permitió encontrar valores altos al igual que valores inferiores a la unidad, dando como consecuencia resultados negativos. En congruencia con la misma, se pudo observar que sus pasivos sobrepasaban a su capital y a sus activos por lo cual enfatizando con Zorita (2013) en su investigación manifestaba que la

administración dentro de una empresa debe ser capaz de mitigar el riesgo de sobreendeudamiento, ya que la mayoría de estas microempresas recurren a compromisos con terceros, el cual no les permite tener el valor económico esperado por una empresa. Se concluye que para un buen funcionamiento de estas debe de realizar una buena rotación de activos, con el fin de poder generar los flujos necesarios y con ello cubrir sus obligaciones.

Por medio del presente estudio se pudo constatar que existe un pronóstico poco fiable en cuanto a las empresas que atraviesan por un año complicado, como es en el año 2017, el cual se puede recordar que en 2016 existió varios factores que influyeron de manera significativa en la información contable: implementación de las salvaguardias, el incremento de 2 puntos al Impuesto de Valor Agregado (IVA) que se dio por el terremoto, la apreciación del dólar y depreciación de la moneda de países vecinos, ocasionó que muchas empresas incrementen los costos de sus productos, por ende, las empresas que se encuentran en un estado de quiebra obtuvieron resultados bajos en indicadores tales como rotación de activos, al no tener las ventas esperadas en el año, rentabilidad, ya que al no poder generar los ingresos anhelados se vieron afectados, de tal manera que requirieron de un financiamiento, con el fin de cubrir sus obligaciones.

La aplicación de estos modelos, se basa fundamentalmente en ratios o razones financieras, son variables claras para realizar un análisis a la empresa de parte de la administración, lo que les permite tomar decisiones que contribuyan con el crecimiento de la empresa y no entrar en un estado de insolvencia, además esta información financiera les permite a terceras personas como entidades financieras, otorgar un préstamo para el crecimiento de las mismas como a sus inversionistas.

Los factores clave, determinantes del fracaso empresarial en el período 2016 – 2019, fueron: falta de liquidez, baja rentabilidad, carencia de una ventaja competitiva y el incremento en los tributos, siendo todas estas las causas por lo que las empresas se adentraron a una zona de quiebra. Además, cabe mencionar que las microempresas cuentan con capitales de trabajo sumamente bajo a diferencia de las grandes empresas que cuentan con capitales de trabajo que les permiten un buen desenvolvimiento dentro de un mercado, sin mencionar que existe una gran cantidad de competencia, teniendo un conflicto con el precio de los productos, el cual no genera la ganancia esperada de una empresa.

Finalmente se puede confluir que estas empresas deben promover su producto por medio de la publicidad y su gestión en el marketing, el cual puede llegar a ser un gasto que aporte a la rotación de sus activos, ya que su enfoque principal debe ser llegar a la mente de los consumidores, en donde hoy en día gracias al avance tecnológico es mucho más fácil poder llegar al mercado ya sea por medio de publicidad en televisión, radios e incluso las mismas redes sociales.

Nota: Ponencia presentada en el II Congreso Internacional Economía y Contabilidad Aplicado a la Empresa y Sociedad, ECAES 2021, desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Referencias

- Anzola, O. L., & Puentes, M. C. (2007). Determinantes de las acciones gerenciales en microempresas y empresas pymes. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Beade, Á., Rodríguez, M., & Santos, J. (2017). *Modelos conexionistas de predicción de la insolvencia empresarial: Predicción en ambiente real*. Universidad de A Coruña e IESIDE, España.
- Bolaños, C. (1997). El Fracaso Empresarial y el Contador Público y Auditor como Liquidador de Empresas. *Universidad Francisco Marroquín, Facultad de Ciencias Económicas*
- Centro de Desarrollo Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE); Comisión Económica para América LATina y el Caribe (CEPAL). (2013). Perspectivas económicas de América Latina 2013: políticas de Pymes para el Cambio estructural. *Cepal*, 48-52. Obtenido de Políticas de PYMES para el cambio estructural.
- Díaz, L., & Ríos, F. (2018). El valor p. Interpretación, orígenes y su utilización actual. *Revista Argentina de Terapia Intensiva*, 1-4.
- Fernández, H., & Pérez, F. (2005). El modelo logístico: Una herramienta estadística para evaluar el riesgo de crédito. *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, 55-75.
- García, J., Sánchez, J., & Tomaseti, E. (2016). Fracaso empresarial y efectos de contagio. Un análisis espacial para España. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 429-477.
- Gobierno Provincial de Tungurahua. (2020). Agenda Tungurahua 2019-2021. 3.
- Hernández, M. (2014). Modelo financiero para la detección de quiebras con el uso de análisis discriminante múltiple. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 1-18.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (Octubre de 2019). *Directorio de empresas y establecimientos*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Principales_Resultados_DIEE_2019.pdf
- Magill, J. H., & Meyer, R. L. (marzo de 2005). Usaid Form the American People. *Agencia para el Desarrollo Internacional para los Estados Unidos de América*.
- Pérez, J., González, K., & Lopera, M. (2013). Modelos de predicción de la fragilidad empresarial: aplicación al caso colombiano para el año 2011. *Scielo*, 205-228.
- Stezano, F. (2013). Políticas para la inserción de las microempresas y las pequeñas y medianas

empresas en cadenas globales de vañor en América Latina. *Estudios y Perspectivas*, 146.

Velasco, K. (2019). Modelso Financieros en la prevención de quiebras empresariales, para el sector florícola de la proviencia Cotopaxi, cantón Latacuanga. *Magister en Finazas*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30044/1/T4598M.pdf>

Zorita, E. (2013). *El plan de negocio : herramienta para analizar la viabilidad de una iniciativa emprendedora*. España: Pozuelo de Alarcón, Madrid ESIC Editorial D.L. 2013.

Análisis del comportamiento del consumidor ante el aumento del impuesto a las bebidas azucaradas en la ciudad de Ambato, Ecuador

Analysis of consumer behavior in the face of the increase in the tax on sugary drinks in the city of Ambato, Ecuador

URL: <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1798>

Juan Martínez-Mesías¹; Tito Mayorga-Morales²; Juan Pérez-Briceño³; Cynthia Vega-Vinueza⁴

Fecha de recepción: 25 de noviembre de 2021

Fecha de aceptación: 31 de agosto de 2022

Resumen

La finalidad del siguiente estudio es analizar el impacto que tuvo el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) en la venta de bebidas azucaradas en el cantón Ambato, para lo cual como primer punto se describe las preferencias de los consumidores para ello se realizó un análisis de preferencias a través de la descripción del PREFMAP, además se categoriza a los consumidores para establecer su perfil en base a una asociación de un conjunto de variables mediante el Análisis de Componentes Principales (ACP) y la descripción del Bitplot, y finalmente se analiza el consumo ante el incremento del impuesto para lo cual se realiza un análisis inferencial por medio de un test estadístico t de Student. Se identificó una disminución en el consumo de bebidas azucaradas debido al Impuesto de Consumos Especiales (ICE). Esto se determinó al evidenciarse un valor p significativo al 1%, además de que se reconoció que el valor del estadístico t de Student de 6,987 es mayor que el valor crítico de 2,2446, razón por la cual se comprueba la hipótesis alterna.

Palabras clave: Impuestos, bebidas azucaradas, ventas, impuesto a los consumos especiales.

Abstract

The purpose of the following study is to analyze the impact that the Special Consumption Tax (ICE) had on the sale of sugary drinks in the Ambato canton, for which, as a first point, the preferences of consumers are described of preferences through the description of the PREFMAP, in addition, consumers are categorized to establish their profile based on an association of a set of variables through the analysis of principal components (PCA) and the description of the Bitplot, and finally the consumption in the face of the tax increase, for which an inferential analysis is carried out by means of a statistical Student's t test. A decrease in the consumption of sugary drinks was identified due to the Special Consumption Tax (ICE). This was determined by showing a significant p-value at 1%, in addition to recognizing that the Student's t-statistic value of 6.987 is greater than the critical value of 2.2446, which is why the alternative hypothesis is tested.

Keywords: Taxes, sugared drinks, preferences, sales, special consumption tax.



Esta publicación se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - NoComercial 4.0 Internacional.

¹ Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato – Ecuador. E-mail: jpmartinez@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2837-697X>

² Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato – Ecuador. E-mail: titopmayorga@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4385-3906>

³ Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato – Ecuador. E-mail: jc.perez@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5303-041X>

⁴ Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Ambato – Ecuador. E-mail: cvega5237@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4094-2276>

Introducción

La Organización Mundial de la Salud (OMS) determinó que en los países con ingresos bajos aproximadamente el 85% de los decesos son a causa de enfermedades no transmisibles (ENT) principalmente la diabetes y la obesidad causada por el exceso de consumo de azúcares que provienen de las bebidas azucaradas, cereales y otros alimentos procesados. (OMS, 2018). Este informe presentó los resultados de una reunión de expertos mundiales convocada por la OMS a mediados del año 2015, un estudio de 11 revisiones sistemáticas recientes sobre la eficacia de las políticas fiscales para mejorar la alimentación y para prevenir las enfermedades no transmisibles, y una reunión técnica de expertos mundiales.

En EEUU y en la Unión Europea aproximadamente 13 millones de personas mueren a causa de las ENT ya que se registra en estos países una mala alimentación, consumo excesivo de azúcares y además falta de ejercicio físico, estas enfermedades se están presentando en personas mayores de 60 años sin distinción de sexo ni de nivel socioeconómico. (López B. G., 2016). De acuerdo con las estadísticas mundiales de 2014, más de uno de cada tres (el 39%) de los adultos de 18 años o más tenía sobrepeso. La prevalencia mundial de la obesidad se duplicó con creces entre 1980 y 2014 y, en ese año, el 11% de los varones y el 15% de las mujeres (más de medio billón de adultos) eran obesos. (Garwood, 2016)

Además, se estima que, en 2015, 42 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso u obesidad y que, en los últimos 15 años, esta cifra ha aumentado en cerca de 11 millones. Casi la mitad de estos niños (el 48%) vivían en Asia, y el 25% en África. (Garwood, 2016)

El número de diabéticos también aumentó de 108 millones en 1980 a 422 millones en 2014. En 2012, 1,5 millones de personas fallecieron a causa de la diabetes. (Garwood, 2016)

En el sexagésimo sexto período de sesiones de las Naciones Unidas se llegó a un consenso de que los gobiernos deben aplicar políticas fiscales que reduzcan los altos índices de Enfermedades No Transmisibles (ENT) además de adjudicar la Estrategia Mundial de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para que se deje de consumir bebidas azucaradas tales como las gaseosas o jugos procesados. (ONU, 2011)

Las políticas fiscales que buscan asegurar la estabilidad económica en este caso deberán desarrollarse para contrarrestar los desafíos que presentan las industrias de bebidas azucaradas, por tal motivo se debe enfatizar en la elaboración de diferentes herramientas para poder determinar los productos que deben gravarse con impuestos y que provocan un impacto en las compras o consumo. (OMS, 2015)

A nivel mundial la principal bebida azucarada consumida es la gaseosa tanto así que las Compañías que las producen

tienen alta participación en el mercado ecuatoriano: Arca Continental (48,6%) seguida de Pepsi Co. (20,5%) y las otras compañías comparten la participación (30,9%). (Gutiérrez, 2015)

La OMS aprueba que los países latinoamericanos y europeos apliquen diversas políticas para disminuir el consumo de las bebidas azucaradas, países como Dinamarca, Hungría, México y 13 Islas del Pacífico aplican un impuesto a las bebidas azucaradas para reducir los gastos en salud. (Tovar, 2017)

Los gobiernos para evaluar los efectos producidos por la aplicación de impuesto a este tipo de bebidas se basan en la teoría de la elasticidad de precios la misma que consiste en la capacidad de respuesta de la demanda producida por un cambio en el precio. Se observa la elasticidad propia del precio que busca determinar si ha sido efectiva la aplicación de esta medida, es decir, si ha existido una disminución en el consumo de gaseosas dado un aumento en el precio de esta bebida. (Stacey, 2017)

En el año 2015 en Berkeley – California se introdujo un impuesto del 10% a las bebidas azucaradas y hasta el año 2017 se comprobó que los ciudadanos americanos redujeron en un 21% el consumo de estas bebidas, mientras que aumentó el consumo de agua embotellada en un 63%. El gobierno americano decidió aplicar el impuesto en esta ciudad por las características que tienen los consumidores es decir sus niveles de ingresos son altos y a pesar de no ser altos consumidores de gaseosas y otras bebidas azucaradas el cambio ha sido impactante. (Boseley, 2017)

La segunda ciudad de los EEUU en aplicar el impuesto a las bebidas azucaradas en el año 2017 fue Filadelfia – Pensilvania y el gobierno americano no solo estableció esta reforma, sino que prohibieron ofrecer en restaurantes este tipo de bebidas a niños y jóvenes, lo que se busca es fomentar el consumo de agua, leche o jugos naturales es decir se comienza a mejorar la dieta alimenticia. Los ciudadanos se sintieron satisfechos con esta medida implementada. Actualmente hasta abril del 2018 este impuesto se ha aplicado en más de 33 estados de los Estados Unidos obteniéndose resultados favorables. (Maa, 2016)

El consumo de bebidas azucaradas con alto contenido calórico conlleva la aparición de varios problemas de salud. (Rodríguez Burelo, Avalos García, & López Ramón, 2014), mencionan que estas bebidas provocan enfermedades cardiovasculares, obesidad, diabetes, entre otras enfermedades. Para preservar la salud de los consumidores, es importante implementar medidas públicas para regular y controlar el consumo de estos productos. En el caso de México como un país que a través de la política fiscal ha intentado restringir el consumo de este tipo de bebidas sin valor nutricional y con alto contenido calórico. Se debería incentivar a la creación de ambientes no obesigénicos que promuevan y mejoren el estilo de vida. (Gómez, Bacardí, Caravali, & Jiménez, 2015)

Debido a los riesgos que conlleva el consumo excesivo de bebidas azucaradas, los consumidores han optado en elegir productos menos perjudiciales para la salud. Deossa, Restrepo & Rodríguez (2019) identificaron que existen productos sustitutos y las personas desconocen el daño que provoca para su salud, estos productos son: el café y los energizantes. No se tiene una información clara sobre los ingredientes que contienen los mismos, las personas capacitadas en salud y nutrición deberían dar a conocer lo perjudicial que es ingerir estos alimentos procesados, bebidas no alcohólicas y así los consumidores sean más selectivos en el momento de ingerir alguna de estas bebidas. (Cabezas, Hernández, & Vargas, 2016), nos indica como regular la publicidad de alimentos altos en azúcar, grasas y sodio de la misma manera exigir el etiquetado nutricional. Siendo esta toda descripción destinada a informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de un alimento que comprende: la declaración de nutrientes y la información nutricional complementaria.

Es importante mencionar que el excesivo consumo de bebidas azucaradas conlleva a enfermedades graves y posteriormente a la muerte, el implantar un impuesto a dichos productos sería favorable para disminuir el consumo, como menciona (Organización Panamericana de la Salud, 2015). El impuesto debería ser aplicado con un 20% para maximizar el impacto en enfermedades resultantes por el exceso de azúcar en el cuerpo, pero al aprobarse el 10% en las bebidas azucaradas ha resultado positivo y ha disminuido los problemas de salud. Al determinar un impuesto por gramo o miligramo de contenido que posee el producto es más efectivo que al agregarse al precio final puesto que éste es más distinguido por el comprador. Fijar un impuesto al azúcar podría desincentivar el consumo de estos productos. (Córdova, 2016)

El comportamiento de los consumidores, así como las preferencias frente a los distintos productos del mercado es objeto de estudio de empresas y del gobierno, de esta forma se crean distintos productos para satisfacer las necesidades de los consumidores y brindar la sensación de bienestar. El consumo exacerbado de bebidas azucaradas en la actualidad supone un problema sanitario para la sociedad, razón por la cual ciertos gobiernos optan por grabar impuestos a este tipo de bebidas, redireccionando así el consumo de la población y, a la vez, obteniendo mayores ingresos tributarios. El establecimiento de tributos a las bebidas no alcohólicas azucaradas planteadas por los gobiernos promueve un menor consumo de estas, lo que termina reduciendo los casos de diabetes tipo 2, obesidad y caries dentales (Organización Mundial de la Salud, 2016), y puede obligar a las personas a buscar otras alternativas menos costosas para satisfacer su necesidad de beber líquidos (Aroca, 2018).

El incremento de la tributación imponible al consumo de bebidas azucaradas genera un aumento del precio de estos productos, lo que terminaría afectando las preferencias del consumidor. En el año 2016 el gobierno ecuatoriano grabó un impuesto al consumo de bebidas azucaradas, con el ánimo de aumentar la recaudación fiscal y condicionar las

preferencias de consumo a productos saludables. En la Ley de Régimen Tributario Interno (2016), se impuso un impuesto de Consumos Especiales (ICE) a las bebidas no alcohólicas en función a su contenido de azúcar menor o igual a 25 gramos por litro de bebida, al cual se le aplica el 10% de impuesto. Al instante de que el gobierno establece un impuesto sobre algún bien en específico, la preferencia de un individuo sobre este cambia, lo que altera su demanda (Aniceto y Santillán, 1962). Adicional, en septiembre de 2014 se exige dentro de los productos alimenticios procesados un sistema de etiquetado llamado "Semáforo Alimenticio", que muestra nutrientes como son la grasa, el azúcar y la sal, así como sus niveles altos, medios y bajos como los colores rojos, amarillo y verdes (Sánchez et. al., 2019). Este sistema tiene como finalidad proveer información para que los consumidores hagan mejores decisiones de compras.

El impacto de adaptar un impuesto sobre este producto no ha sido bien visto por las empresas que se dedican a la fabricación de estos productos ya que, se ve afectado por la disminución en las ventas de las bebidas no alcohólicas, además que los consumidores deberán cancelar un valor mayor (Aroca, 2018). Esta medida puede incentivar a las industrias a crear un bien sustituto menos perjudicial para la salud de los consumidores de bebidas azucaradas. Además, con la aplicación del impuesto en las bebidas azucaradas tiene un impacto en la economía de las diferentes clases sociales, siendo la más afectada la clase baja, ya que ellos proporcionan una cantidad alta de su ingreso en este producto por consiguiente son los más propensos en sufrir obesidad o diabetes a lo futuro.

Frente al comportamiento y preferencias que presentan los consumidores con respecto a este tipo de bebidas se realiza la presente investigación con el objetivo principal de analizar el efecto que ha tenido el incremento del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) en las preferencias y comportamiento del consumidor en el cantón Ambato.

Para comprender las decisiones de compra de bienes y servicios y cómo influye las diferentes variaciones de la renta y los precios de los bienes se considera tres pasos, el primero, son las preferencias de los consumidores, las cuales describen las razones por la cual las personas prefieren un bien a otro. El segundo paso es analizar las restricciones presupuestarias. En las cuales los consumidores se encuentran entre una renta limitada que restringe las cantidades de bienes y servicios que puedan adquirir; finalmente, se interpreta las elecciones de los consumidores, las cuales señalan las preferencias y las rentas limitadas deciden comprar las combinaciones de bienes y poder cubrir sus necesidades, dichas combinaciones depende de los precios de cada bien que adquiera.

No es ninguna novedad recordarnos que las bebidas azucaradas dañan la salud y mucho. Y no solo la física, también la mental, porque crean adicción. Se trata de refrescos, bebidas de frutas, té endulzados, bebidas con café, bebidas energéticas, leche endulzada o alternativas

de leche. Cualquiera en la que se ha añadido azúcar es considerada bebida azucarada. El azúcar añadido puede tomar la forma de cualquier cantidad de endulzantes, que contienen calorías, con una variedad de nombres: sacarosa, glucosa, dextrosa y, quizás la más famosa de todas ellas, el jarabe de maíz, con alto contenido de fructosa. Ahora, en época de confinamiento por coronavirus Covid-19, estamos comiendo más, pero también bebiendo más este tipo de refrescos.

Como lo menciona la Organización Panamericana de la Salud (OPS) (2015), que el impuesto debería ser aplicado en un 20% para maximizar el impacto en enfermedades resultantes por el exceso de azúcar en el cuerpo, pero al aprobarse el 10% en las bebidas azucaradas ha resultado positivo puesto que podría desincentivar el consumo de estos productos (Córdova, 2016).

Para Colmenares (2014), recorrer las preferencias de los consumidores deben basarse prioritariamente en el sabor de las bebidas, presentaciones, ocasiones de consumo y publicidad, entre otros, por lo tanto, los productores de bebidas azucaradas deben complacer estas expectativas y necesidades de los consumidores.

En este contexto, Mejía y Alberto (2013), identificaron que el consumidor tiene prioridad el aspecto alimenticio, seguido por lo dietético, además añade que la función decorativa que deberían tener los productos es un factor muy importante puesto que va a ser un punto esencial en el momento de la compra. Cabe recalcar que para la elaboración del presente artículo se tomó información relevante del proyecto de investigación titulado "La política tributaria y el consumo de bebidas azucaradas en el Ecuador", elaborado por docentes de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Comportamiento y factores que inciden sobre el consumidor

Esta conducta del consumidor según Londoño y Giraldo (2018), es el comportamiento mostrado mientras el cliente busca, compra, evalúa, utiliza y desecha los bienes y productos adquiridos considerados útiles para satisfacer sus necesidades. Esta actuación presentada se enfoca en estudiar como las personas deciden utilizar los recursos que poseen en cuanto a dinero, tiempo y esfuerzo se refiere. Las preguntas que inciden en las decisiones de compras con: por qué, dónde, cuándo, con qué frecuencia se compra, la frecuencia de su uso. Adicional de estas preguntas existen ciertos factores que influyen en la conducta del consumidor como son: culturales, sociodemográficos, personales y sociales.

Factores culturales

Este factor es importante debido a que la cultura es dominante al momento en el que el consumidor siente y comunica sus deseos. Este comportamiento se forma desde la niñez, conforme los individuos crecen se forman una serie de percepciones, preferencias, valores y comportamientos adquiridos de su familia y de instituciones

clave, las culturas están formadas por otros grupos llamados subculturas, los cuales proveen de factores identificativos y de socialización más precisos y específicos (Callejo, 1994).

Factores sociodemográficos

Los comportamientos culturales de los individuos se ven influenciados por elementos materiales culturales, estos ejercen presión y forman una relación de dependencia en cuanto a las decisiones de los consumidores, así pueden ser tres dimensiones; la primera son los ingresos económicos de los individuos. La segunda es la infraestructura económica del país. La última dimensión es la política gubernamental y comercial (Castañeda, 2014).

Factores personales

Se refiere a la salud, belleza, imagen propia y al estado físico; significa que cuando se adquiere un producto con el fin de mejorar la imagen propia se convierte en un factor duradero y se puede atribuir como un rasgo estable de los individuos, dentro de los factores personales incluyen: la edad, el estilo de vida, ocupación, circunstancias económicas, personalidad, concepto de uno mismo, motivación y percepción.

Factores sociales

La organización de las sociedades tiene diferentes estructuras y permiten diferencias grupos que poseen ciertos privilegios, obligaciones y distintos intereses; esto debido al lugar de la producción social de la riqueza. Antes de la existencia de las sociedades modernas, las antiguas sociedades se encontraban divididas por la religión y por los miembros beneficiados por la ley. De este concepto nacen las clases sociales y su división en estratos a pesar de que los miembros de la sociedad comparten los mismos valores, conductas e intereses similares.

Métodos de comprensión de la conducta de los consumidores

Para comprender la conducta de los consumidores se divide en estos tres pasos:

- *Preferencias de los consumidores.* – se puede describir de manera gráfica o algebraicamente, además, se analiza las razones por la cual un individuo prefiere un bien que otro.
- *Restricciones presupuestarias.* - entre los factores que se toma en cuenta en el momento de la compra son los precios de los bienes, debido a que los consumidores cuentan con una renta limitada esto acorta el número de productos que se pueda adquirir.
- *Elecciones de los consumidores.* – dada las preferencias y la renta limitada de los consumidores deciden obtener una combinación de bienes que cumplan con sus necesidades, estas combinaciones dependen principalmente del precio que tenga cada producto.

Enfoques de la conducta del consumidor

La teoría del consumidor examina las alternativas de compra que tienen las personas; cuando una persona compra más de un bien, la probabilidad de adquirir otros bienes baja, cuando la mayor parte de tiempo pasa en el ocio en vez de trabajar, dispone de menores ingresos, entonces su capacidad de consumo es menor con estas disyuntivas se pretende entender cómo reacciona el consumidor ante los cambios en el entorno que pueda suscitar (Valverde, 2019). De esta forma los consumidores distribuyen su renta para adquirir un número de productos basándose en el precio, influencia de amigos o familiares y en decisiones impulsivas (Dávila y Rizzo, 2017).

Enfoque económico

Este enfoque fue destacado por Marshall quien define el concepto de “hombre económico” como el individuo que adquiere productos o consume con el fin de maximizar su utilidad, esto requiere un amplio análisis de todas las alternativas que posee un individuo en el proceso de compra, a través de la toma de una decisión completamente racional y conociendo las consecuencias de su comportamiento. Este enfoque sostiene cinco principios:

- Los recursos de los individuos siempre son limitados
- Las necesidades de los individuos son ilimitadas
- El mercado posee diversas ofertas para satisfacer sus necesidades
- Existe la incertidumbre
- Se obtiene satisfacción de los atributos del producto

Enfoque psicossociológico

Las variables psicológicas se refieren a las características internas que poseen cada individuo, siendo estas las necesidades o deseos; en cambio las variables externas hacen relación con lo que sucede a su entorno. Es decir que el consumidor no basa sus decisiones únicamente en la utilidad que representa para ellos el producto y si puede o no satisfacer sus necesidades, también se toman en cuenta factores como la personalidad, gustos, deseo, necesidades y el entorno en el que habita. Este enfoque muestra dos corrientes definidas: teoría del comportamiento y teoría de la influencia social.

Enfoque motivacional

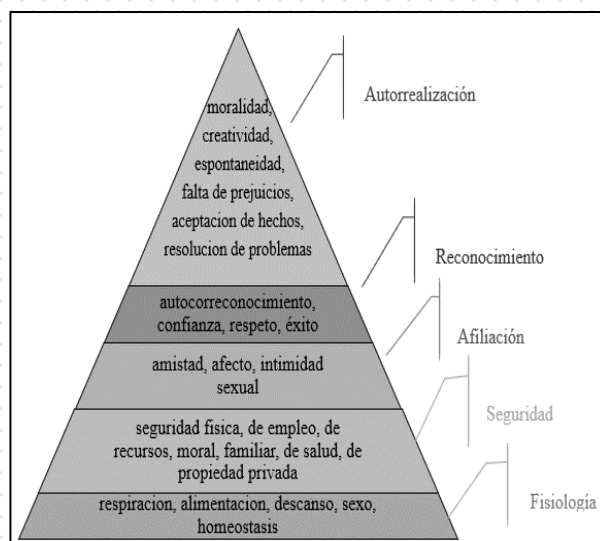
La motivación es la fuerza que impulsa a un individuo a realizar cierta acción provocando tensión debido a la existencia de una necesidad insatisfecha, es decir, primero surge la necesidad luego la motivación para cubrir dicha necesidad (Salvador, 2010). En general para estudiar el comportamiento del consumidor se debe hacer un estudio minucioso en lo que cabe (factores internos, factores externos, respuesta de consumidor), para saber que los seres humanos no son totalmente conscientes para decidir una compra Sergueyevna (2013), y la teoría de Maslow da una explicación detallada de cómo es el comportamiento a partir de las necesidades y motivaciones.

Teoría de la jerarquía de las necesidades

Maslow diferenció las jerarquías de las necesidades humanas y las dividió en cinco niveles. Las personas actúan a través de sus necesidades, se define como sensaciones de escases; implanto una pirámide de las necesidades el cual explica de mejor manera el comportamiento del ser humano (Maslow, 1975). Los niveles son:

- 1) Necesidades fisiológicas, las cuales son indispensables para la vida y son primordiales en el momento de satisfacerlas.
- 2) Necesidades de seguridad, permiten mantener la integridad física y protección.
- 3) Necesidades sociales, tales como cariño, afecto sentimiento de perteneces y ser aceptados por un grupo social.
- 4) Necesidades de estima y categoría, reconocimiento, estatus, prestigio y reputación.
- 5) Necesidad de autorrealización, significa el desarrollo de todo el potencial de un individuo.

Esta jerarquización se aprecia de mejor manera en el siguiente gráfico.



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Pirámide Maslow (1975)

Figura 1. Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas

Política tributaria

La política tributaria se refiere a todos los lineamientos y criterios necesarios para establecer una carga positiva de forma directa o indirecta para generar ingresos para el gobierno o para fijar, aumentar o disminuir la compra o venta de bienes y servicios en la economía de un país (Agostini y Jorrat, 2017). Esta política está conformada por leyes y pautas que se deben cumplir obligatoriamente. Para utilizar esta política se requieren herramientas de la política fiscal, específicamente los impuestos, con estos se logra cumplir las metas sociales y económicas que el gobierno desea promover.

Los Impuestos

Los impuestos son una de las herramientas indispensables para un país puesto que con ellos se promueve el desarrollo económico, permiten influir sobre la asignación de ingresos de la población y permiten controlar la conducta de los consumidores frente a bienes y servicios. Según Aniceto y Santillán (1962), un impuesto es una prestación de dinero al Estado y a otras entidades públicas que reclaman debido al poder que poseen. Es una parte de los ingresos del ciudadano que el Estado percibe para asegurar la producción continua de los servicios públicos generales que requiere la población.

Impuestos a los Consumos Especiales (ICE)

Es un impuesto que grava a ciertos bienes y servicios, sean nacionales o importados. Al ser gravados este impuesto a consumos especiales, significa que son bienes y servicios no indispensables para satisfacer las necesidades básicas de las personas.

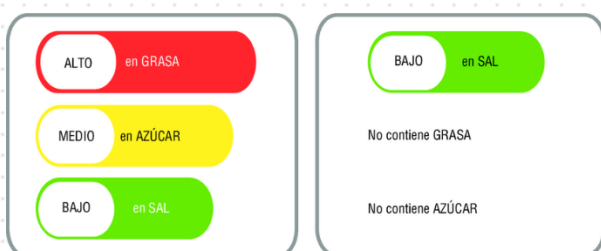
Etiquetado nutricional: el semáforo alimenticio

El artículo 13 de la Constitución de la República del Ecuador sostiene que las personas tienen el derecho al acceso seguro a alimentos suficientes, nutritivos y sanos (Teneda et al. 2008). Una forma de asegurar este derecho es por medio del semáforo alimenticio que es una descripción de las propiedades nutricionales de un alimento, esta comprende la declaración de nutrientes y la información nutricional completaría, a su vez que permite identificar que la concentración de grasa, azúcar y sal.

Esta semaforización se muestra en la etiqueta del producto, se conoce también como la identidad del alimento. Este etiquetado forma un mensaje claro sobre los alimentos en relación con la salud, es decir que facilita al consumidor identificar riesgos de consumir ciertos productos, así como diferenciar entre las mejores opciones de productos para cuidar de su salud.

A continuación, se presentan los colores y su característica principal:

- **Verde:** Alimentos que presentan un bajo contenido calórico, bajo en azúcar y bajo en grasa.
- **Amarillo:** Alimentos que presentan un mediano contenido calórico, mediano en azúcar y mediano en grasa.
- **Rojo:** Alimentos que presentan un alto contenido calórico, alto en azúcar y alto en grasa.



Fuente: Elaboración propia tomado de Díaz et al. (2017)

Figura 2. Sistema gráfico del etiquetado de alimentos procesados en Ecuador

Bebidas azucaradas y la salud

Son bebidas que contienen azúcares añadidos estos son sacarosa, edulcorante calórico y jarabe de maíz alto en fructosa, por lo tanto, incrementan el riesgo de obesidad, sobrepeso y otras enfermedades cardiovasculares como hipertensión, diabetes y síndrome metabólico (Rivera et al., 2014). Cuando los individuos consumen bebidas azucaradas en su cuerpo se reemplaza el consumo de leche y, por tanto, se disminuye el consumo de calcio y otros nutrientes. Evitar el consumo de este tipo de bebidas previene ganar peso, se puede sustituir el consumo de estas bebidas simplemente con agua.

Metodología

Como población objeto de estudio se consideró a la totalidad de personas que residen en la ciudad de Ambato, mismas que conforman un total de 374.068 individuos. De esta población se identifica una muestra completa de personas con una edad de 20 a 64 años, misma que suma un total de 1.049 individuos. En este sentido, se consideró a esta muestra con las características etarias anteriormente mencionadas debido a que tal grupo poblacional se encuentra en la posibilidad de tomar decisiones de consumo en función a su capacidad adquisitiva, es decir, que tienen una mayor percepción de su presupuesto, lo que identificaría de mejor manera la relación entre el incurrimento de políticas tributarias y las preferencias de consumo de un individuo.

Para describir las preferencias del consumidor de bebidas azucaradas se realizó un análisis descriptivo a través de encuestas dirigidas a consumidores, tomando como prioridad a aquellas personas que consumen bebidas azucaradas en la ciudad de Ambato. Se desarrolla el análisis de preferencias a través de la descripción y análisis del PREFMAP (mapa de preferencias) o Bitplot, mismo que resulta del Análisis de Componentes Principales (ACP), el cual hace una relación entre las preferencias del consumidor con las características del producto (Malhotra, 2004; Escobedo-Garrido y Jaramillo-Villanueva, 2019).

Esta metodología de análisis discriminante se describe como una simplificación del número de variaciones existentes entre un conjunto determinado de categorías sujetas a clasificación según un conjunto de características específicas (De la Fuente, 2011; Reynolds, 2013). Como criterios de discriminación se consideró a las preferencias del consumidor, es decir, prefiere o no prefiere, mientras que como atributo de clasificación se consideró a las diferentes líneas y tipos de bebidas azucaradas.

Para categorizar a los consumidores de bebidas azucaradas se realizó una asociación de un conjunto de variables o características que definen al comprador mediante el ACP y la descripción del Bitplot resultante del mismo.

Esto permitió identificar qué atributos propios de los consumidores son asociables a determinados tipos de

bebidas, lo cual posibilita la identificación de perfiles específicos de consumo frente a las distintas categorías de clasificación de los productos anteriormente descritos. Con ello, se realizó un análisis descriptivo de los resultados definiendo ciertas caracterizaciones que hacen que un individuo sea proclive a comprar determinada bebida azucarada.

Para analizar el comportamiento del consumidor de bebidas azucaradas ante el incremento del ICE, se realiza un análisis inferencial por medio de la aplicación de un test estadístico t de Student el cual compara las medias aritméticas de dos muestras relacionadas de observaciones con respecto a una misma variable numérica (frecuencia de consumo) con el fin de saber si la diferencia observada es significativa para el estudio.

El test para dos muestras dependientes o relacionadas permite comprobar si existen diferencias entre las distribuciones de dos poblaciones a partir de dos muestras dependientes, se basa en el estadístico:

$$t = \frac{\bar{X}_D - \mu_0}{s_D / \sqrt{n}}$$

Donde:

- \bar{X} : La media de las observaciones
- s_D : Desviación típica de las medias
- n : Número de datos

Mediante las preguntas del cuestionario 54) antes del incremento del ICE a las Bebidas azucaradas del mes de abril del 2016, ¿cuál era su frecuencia de consumo? y 55) después del incremento del ICE a las Bebidas azucaradas del mes de abril del 2016, ¿cuál es su frecuencia de consumo? Se extrajeron las medias aritméticas del antes y después de aplicar el ICE para verificar si hubo un impacto positivo o negativo en el consumo de bebidas.

En consecuencia, la regla de decisión para comprobar la hipótesis de investigación es la siguiente:

$$H_0: \mu_0 - \mu_1 \cong 0 \quad H_1: \mu_0 - \mu_1 \neq 0$$

Donde:

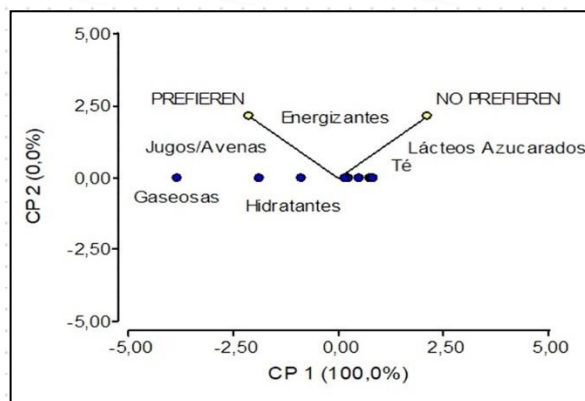
- μ_0 : Media aritmética de la frecuencia de consumo antes del ICE.
- μ_1 : Media aritmética de la frecuencia de consumo después del ICE.

A partir de ello se procedió a comprobar las hipótesis de investigación, mismas que se estructuran de la siguiente manera:

- H0:** La aplicación del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) no afecta el consumo de bebidas azucaradas.
- H1:** La aplicación del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) afecta el consumo de bebidas azucaradas.

Resultados

En la Figura 3 se muestra las Preferencias del consumidor de bebidas azucaradas por tipo de bebida.



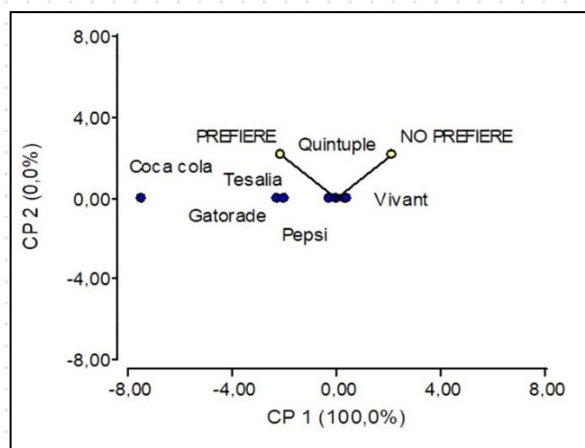
CP1: escala de variabilidad unidimensional
CP2: escala de variabilidad residual

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta

Figura 3. Preferencias del consumidor en cuanto al tipo de bebida

Los resultados muestran que la variable preferencias del consumidor en cuanto al tipo de bebida es unidimensional al expresarse el 100% que está representada por la primera componente (CP1). Existe una clara diferenciación en cuanto a las preferencias que tienen los consumidores dado que se puede apreciar que existen ciertos productos que tienden a ser mayormente consumidos por la población. Del mapa de preferencias (PREFMAP) se aprecia una asociación o cercanía al vector prefiere de los tipos de bebida: gaseosas, energizantes, hidratantes y jugos/avenas. En este sentido, se reconoce que dichos productos tienen mayor inclinación, mientras que se reconocen a las bebidas; lácteos azucarados, té y aguas saborizadas como los de menor favoritismo por parte de los consumidores. Esta diferenciación respondería relativamente a un mayor gusto de bebidas procesadas por parte de la población, siendo que productos como gaseosas, hidratantes y energizantes son los de mayor representatividad en las preferencias de consumo de este tipo de bebidas.

En la Figura 4 se muestra las Preferencias del consumidor de bebidas azucaradas por la línea de bebida.



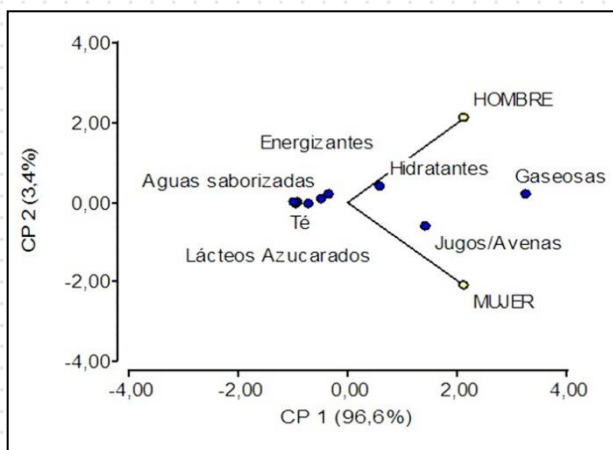
CP1: escala de variabilidad unidimensional
CP2: escala de variabilidad residual

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta

Figura 4. Preferencias del consumidor en cuanto a línea de bebida

En la Figura 4 se puede apreciar que la variable preferencias del consumidor en cuanto a la línea de bebida es unidimensional ya que se expresa el 100% que se encuentra representado por la primera componente (CP1). En cuanto a la línea de bebida se puede analizar en el PREFMAP que existe una mayor inclinación por Gatorade, Pepsi, Tesalia y Coca Cola, siendo estas marcas más conocidas por parte de los consumidores de bebidas azucaradas, las bebidas menos apreciadas son Vivant y Quintuple puesto que las personas escogen cierto bien por su sabor, costo, presentación y dichas bebidas no satisfacen su necesidad y expectativas al cumplir su necesidad, por ello optan por consumir bebidas que se encuentran mayor tiempo en el mercado, siendo éstas conocidas y de buen agrado para una gran parte de personas el sabor y el precio es accesible.

En la Figura 5 se muestra las Preferencias del consumidor de bebidas azucaradas dividida por género.



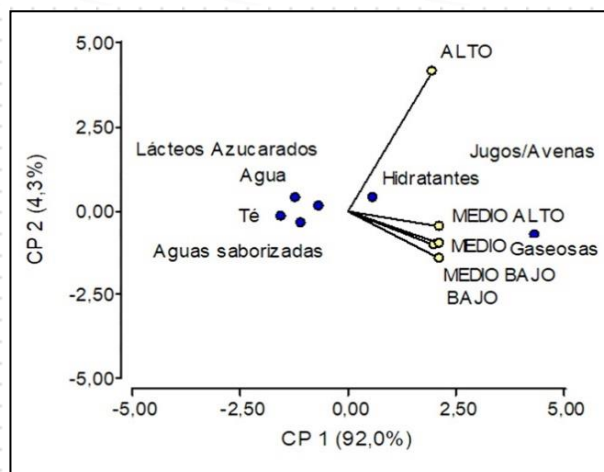
CP1: escala de variabilidad unidimensional
CP2: escala de variabilidad residual

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta

Figura 5. Preferencias del consumidor en cuanto a su género

Se puede evidenciar que la variabilidad en cuanto al tipo de bebida en base al género del consumidor es unidimensional, lo cual está representado por el 96,6% de la variación evidenciada se expresa por la primera componente (CP1). Por otro lado, se observa en un porcentaje mínimo que el 3,4% de las variaciones de la cantidad de consumidores corresponde a la segunda componente (CP2). Es evidente la elección que tienen los hombres y mujeres en cuanto a las bebidas poco saludables, por consiguiente, los hombres poseen mayor preferencia en cuanto a hidratantes, energizantes, y aguas saborizadas, por otro lado, las mujeres optan por consumir jugos/avenas, lácteos azucarados, agua, té, pero se visualiza una mayor preferencia en cuanto a las bebidas gaseosas, ya que contiene altos gramos de azúcar lo cual produce adicción en el cuerpo.

En la Figura 6 se muestra las Preferencias del consumidor de bebidas azucaradas en cuanto a su nivel socioeconómico.



CP1: escala de variabilidad unidimensional

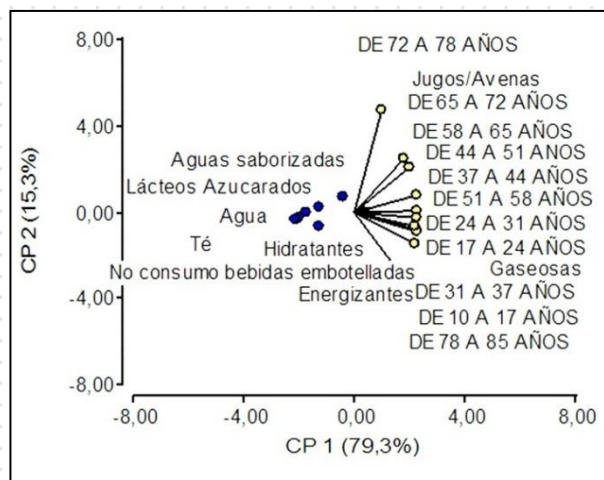
CP2: escala de variabilidad residual

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta

Figura 6. Preferencias del consumidor en cuanto a su nivel socioeconómico

Se puede apreciar que el resultado para esta variable es del tipo unidimensional, el cual está representado por porcentaje alto el cual es el 92,0% de la variación evidenciada se expresa por la primera componente (CP1). En cuanto, la segunda componente (CP2), le corresponde un porcentaje mínimo que es el 4,3% de las variaciones de la cantidad de consumidores. Además, se observa que las personas que se encuentran en un nivel socioeconómico alto tienden a consumir jugos/avenas, en cambio las personas que se encuentran en un rango medio, medio alto, medio bajo y bajo su preferencia es de las bebidas gaseosas, debido a que los precios de las bebidas son accesibles para el consumidor, mientras que los otros tipos de bebidas más saludables son más costosas, los lácteos azucarados no pertenecen a ninguna característica puesto que está cercano al origen.

En la Figura 7 se muestra las Preferencias del consumidor de bebidas azucaradas en cuanto a su edad.



CP1: escala de variabilidad unidimensional

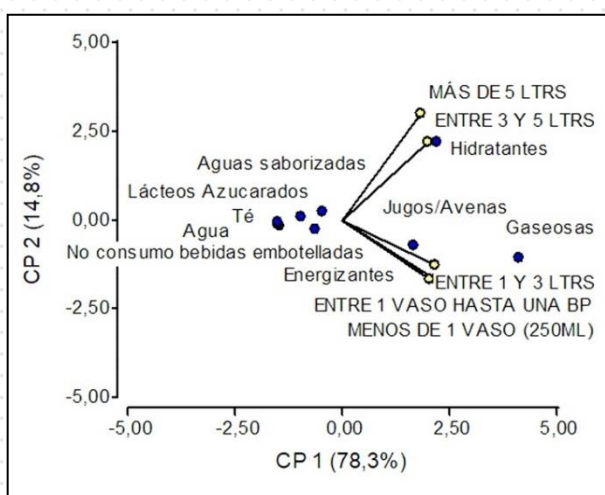
CP2: escala de variabilidad residual

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta

Figura 7. Preferencias del consumidor en cuanto a su edad

En cuanto a su edad, el primer componente (CP1) se encuentra representada por un porcentaje significativo (79,3%) de la variación evidenciada, al contrario, en la segunda componente (CP2) se encuentra representada por el 15,3% de las variaciones de la cantidad de consumidores. Además, en el mapa de preferencias se puede observar que las personas que se encuentran entre el rango de edad de 17 a 24 años tienen mayor preferencia en las bebidas gaseosas, mientras que las personas entre el rango de edad de 65 a 72 años optan por ingerir jugos/avenas, en cuanto al rango de edad de 24 a 31 años eligen hidratantes, las bebidas aguas saborizadas, lácteos azucarados, agua, té, energizantes, las personas no muestran preferencias en cuanto a este tipo.

En la Figura 8 se muestra las Preferencias del consumidor de bebidas azucaradas en cuanto a la cantidad de consumo



CP1: escala de variabilidad unidimensional
 CP2: escala de variabilidad residual

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta

Figura 8. Preferencias del consumidor en cuanto a la cantidad de consumo

Se puede analizar que, en la primera componente (CP1) se encuentra representada por un porcentaje alto siendo éste el 78,3% de la variación evidenciada, por otra parte, en la segunda componente (CP2) se encuentra representada por un porcentaje menor que es el 14,8% de las variaciones de la cantidad de consumidores. Además, se puede analizar que los consumidores de bebidas azucaradas consumen entre 1 vaso hasta una botella personal de gaseosa, por el contrario, las personas consumen hidratantes entre 3 y 5

litros, y finalmente entre una cantidad de 1 y 3 litros o menor a 1 vaso de jugos/avenas.

Comportamiento del consumidor ante el incremento ICE

En este apartado se abordan específicamente el comportamiento del consumidor ante el incremento ICE, se aborda dos preguntas claves las cuales muestran la frecuencia de consumo antes y después de la aplicación del impuesto a las bebidas azucaradas. Es así como se realiza un análisis de muestras relacionadas en base a dos tiempos. Con esto se da cumplimiento al tercer objetivo el cual menciona que se analizó el comportamiento del consumidor ante el incremento del ICE, además se comprueba la hipótesis de estudio y muestra la alteración de consumo que existe de bebidas azucaradas.

Tabla 1. Estadísticos de muestras relacionadas

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
- Antes del incremento del ICE a las bebidas azucaradas del mes de abril del 2016, ¿cuál era su frecuencia de consumo?	2,97	1049	1,374	0,042
- ¿Después del incremento del ICE a las bebidas azucaradas del mes de abril del 2016, ¿cuál es su frecuencia de consumo?	2,76	1049	1,275	0,039

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta

Los resultados del análisis anteriormente mencionado que se presentan en la Tabla 1, mediante los cuales se pudo hacer deducción, en lo que respecta incidencia de la aplicación del ICE al consumo de bebidas azucaradas. Para verificar la hipótesis se le realiza a través de la aplicación de un contraste t de Student para muestras relacionadas de la variable consumo de bebidas azucaradas. En este sentido se plantean las siguientes hipótesis de estudio:

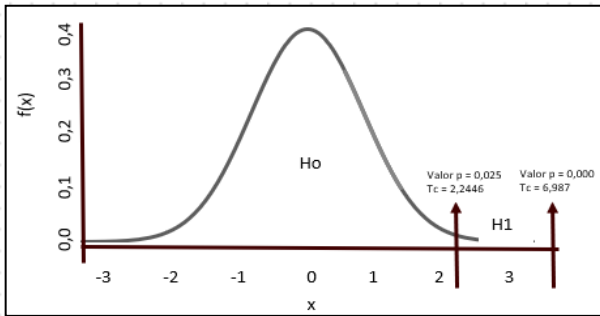
H0: La aplicación del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) no afecta el consumo de bebidas azucaradas.

H1: La aplicación del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) afecta el consumo de bebidas azucaradas.

Tabla 2. Prueba de muestras relacionadas

	Diferencias relacionadas			T	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media			
- Antes del incremento del ICE a las Bebidas azucaradas del mes de abril del 2016, ¿cuál era su frecuencia de consumo?						
- Después del incremento del ICE a las Bebidas azucaradas del mes de abril del 2016, ¿cuál es su frecuencia de consumo?	0,215	0,999	0,031	6,987	1048	0,000

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta
Figura 9. Distribución normal de la prueba de hipótesis

Los resultados de la Tabla 2 y de la Figura 9, muestran que existe una diferencia significativa entre las medias aritméticas de la frecuencia de consumo de bebidas azucaradas antes y después del cambio a la normativa. Esto se lo determina al evidenciarse un valor p significativo al 1%, siendo este de 0,0000, además de que se reconoció que el valor del estadístico t de Student de 6,987 es mayor que el valor crítico de 2,2446, razón por la cual se comprueba la hipótesis alterna de que “la aplicación del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) afecta el consumo de bebidas azucaradas”. También se aprecia que la media de la escala de frecuencia de consumo antes de la aplicación del ICE es mayor que la registrada después de su aplicación al ser esta de 2,97 puntos en la escala de Likert y de 2,76 en el caso de la frecuencia de consumo después de la aplicación del impuesto anteriormente mencionado, registrando una diferencia de 0,21 puntos. Por lo tanto, se determina que el efecto que tiene dicho impuesto en el consumo es negativo, siendo que el hecho de aplicar dicho tributo disminuye la frecuencia de consumo de las bebidas azucaradas.

Como principal limitación al realizar la presente investigación se reconoció a la falta de conocimiento en el manejo de la interfaz del programa “INFOSTAT”, lo que requirió un esfuerzo adicional en materia investigativa para adquirir conocimiento para su utilización. Por otro lado, al analizar bibliografía referente al tema de estudio, en una parte de esta, se encontraron resultados relativamente contradictorios a los obtenidos en la presente investigación, mismos que serían atribuibles a las diferencias socioeconómicas y culturales de la población a la cual se efectuaron dichos análisis. En este sentido, se obvió la descripción de estos resultados, a lo cual se prestó un mayor interés en los apartados metodológicos de los mismos y se privilegiaron a aquellos estudios con poblaciones de estudio similares a las propuestas en la presente investigación.

Conclusiones

En lo que respecta a las preferencias del consumidor de bebidas azucaradas, estos se inclinan por el consumo de productos procesados como son: las gaseosas, los jugos/avenas, hidratantes y energizantes. Por otro lado, productos menos procesados como las bebidas, el té,

lácteos azucarados y aguas saborizadas usualmente tienen el menor favoritismo por parte de los consumidores de este tipo de productos. En este sentido, se identificaría un mayor posicionamiento en el mercado de bebidas que tienden a capturar el gusto natural del ser humano por el azúcar.

Es así como las compañías que fabrican este tipo de productos usualmente realizan importantes campañas publicitarias, de manera que su consumo prevalente deriva también del amplio conocimiento que tiene la población acerca de este tipo de bebidas. Esto se ve reflejado en la mayor inclinación que tienen los consumidores por líneas de bebida como son: Gatorade, Pepsi, Tesalia y Coca Cola, siendo estas las marcas más conocidas y dominantes, a lo que se añaden los precios accesibles con los que estos productos son puestos a disposición en el mercado.

Uno de los principales atributos de los consumidores objeto de categorización en cuanto a sus preferencias de compra es el género, esto al identificarse que los hombres tienden a preferir bebidas como: energizantes, hidratantes y aguas saborizadas, mientras que las mujeres privilegian el consumo de lácteos azucarados, té, agua y jugos/avenas.

Por otro lado, la etnia también es un criterio de categorización en materia de preferencias de consumo de bebidas azucaradas, siendo que las personas de etnia afroecuatoriana suelen preferir bebidas como hidratantes, aguas saborizadas, té y energizantes. En contraste, los consumidores de descendencia blanca y mestiza se caracterizan por consumir bebidas gaseosas, mientras que los indígenas priorizan los jugos/avenas, lácteos azucarados y el agua.

Las personas que se encuentran dentro de un estatus socioeconómico alto prefieren bebidas como jugos/avenas. En contraposición, aquellos individuos que se encuentran en un estatus socioeconómico medio o bajo optan por el consumo de bebidas gaseosas que, por sus precios accesibles y su relativa mayor presencia en el mercado, son de mayor consumo por parte de estos segmentos poblacionales.

El estado de salud supone otro aspecto de categorización de los consumidores de bebidas azucaradas, al asociarse una mala condición de salud a la preferencia de bebidas gaseosas, mientras que un buen estado de salud es atribuible al consumo de bebidas como jugos/avenas e hidratantes. Frente a esto destaca el inusual consumo de gaseosas en segmentos de consumidores de buena salud, lo cual se atribuiría a la prevalencia de esta bebida en las preferencias de compra de personas jóvenes que generalmente se encuentran saludables.

En cuanto a la edad puede apreciarse qué personas jóvenes dentro de la muestra objeto de estudio, de 17 a 24 años, prefieren las bebidas gaseosas, mientras que aquellas personas dentro de los rangos etarios más altos, es decir, de 65 a 70 años optan por consumir jugos/avenas.

Se determinó la existencia de una afectación en el consumo bebidas azucaradas a partir del establecimiento del ICE a este tipo de productos. Se identificó una disminución de la frecuencia de consumo una vez que se ha establecido dicha tributación.

Se comprobó en esta investigación de que la aplicación del ICE afecta el consumo de bebidas, identificándose una disminución de la frecuencia de consumo una vez que se ha establecido dicha tributación. Esto se lo determinó al evidenciarse una media de frecuencia de consumo mayor en instancias previas al establecimiento del impuesto que en el período posterior a su implementación. Esto se lo estableció con una diferencia estadísticamente significativa al 1%, de manera que el impuesto aplicado sobre este tipo de productos a redireccionado los hábitos de compra de la población en beneficio del consumo de productos saludables por parte de la población del cantón Ambato.

Referencias

- Agostini, C., & Jorrat, M. (2017). Consensos y conflictos en la política tributaria de América Latina. Santiago: CEPAL.
- Aniceto, R., & Santillán, R. (1962). Teoría General de las Finanzas Públicas y el Caso de México. Escuela Nacional de Economía. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/BonillaLI/cap1.pdf>
- Aroca, M. (2018). La tributación de las bebidas azucaradas como medida para reducir la obesidad en España. Análisis y valoración de la eficacia a partir de su aplicación en otros países. Revista de Bioética y Derecho, 45, 127-147. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/bioetica/n42/1886-5887-bioetica-42-00105.pdf>
- Boseley, S. (18 de Abril de 2017). El impuesto a bebidas azucaradas en Berkeley-California ha reducido el consumo de refrescos – y podría haber incrementado la venta de agua. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de <https://institutonutrigenomica.com/noticias-nutrigenomica/primer-impuesto-al-azucar-los-estados-unidos-provoca-una-caida-las-ventas-refrescos-casi-10/>
- Cabezas, C., Hernández, B., & Vargas, M. (2016). Azúcares adicionados a los alimentos: efectos en la salud y regulación mundial. Revisión de la literatura. Sugars Added in Food: Health Effects and Global Regulation, 64, 319-329. <http://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v64n2.52143>
- Callejo, J. (1994). Modelos de comportamiento del consumidor: a propósito de la motivación. Política y sociedad, (16), 1-32.
- Castañeda, J. (2014). Contextualización y enfoques en el estudio de comportamientos proambientales o ecológicos con miras a la perfilación del consumidor verde. Suma de Negocios, 5 (10), 34-39.
- Colmenares, A. (2014). El mercado de las bebidas gaseosas: reto por capturar el gusto de los consumidores. Hojas y Hablas, (11), 88-99.
- Córdova, R. (2016). Propuesta de impuestos a bebidas azucaradas para reducir los efectos de la obesidad y la diabetes en población Española. Sociedad española de medicina de familia y comunitaria, 1-15. Obtenido de <https://www.samfyc.es/wp-content/uploads/2019/10/PROPUESTA-LEGISLATIVA-PREVENION-DIABETES-Y-OBESIDAD.pdf>
- Dávila, I., & Rizzo, G. (2017). Nivel de Consumo de Bebidas Azucaradas en los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central del Ecuador. Ciencias Económicas de la Universidad Central del Ecuador, 13(2), 84 - 100.
- De la Fuente, S. (2011). Componentes principales. Madrid: Facultad de Ciencias económicas y empresariales. UAM.
- Deossa, G., Restrepo, F., & Rodríguez, H. (2019). Caracterización del consumo de bebidas en habitantes de la ciudad de Medellín, Colombia. Chilena de nutrición, 46(6), 451-459. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182019000400451>
- Díaz, A. A., Veliz, P. M., Rivas Mariño, G., Vance Mafla, C., Martínez Altamirano, L. M., & Vaca Jones, C. (2017). Etiquetado de alimentos en Ecuador: implementación, resultados y acciones pendientes. Revista Panamericana de Salud Pública/Pan American Journal of Public Health, 41(2), 1-8. Obtenido de <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/34059/v41a542017.pdf?sequence=1&isAllowed=y&ua=1>
- Ecuador, A. N. (2016). Ley Orgánica de para el Equilibrio de las Finanzas Públicas. Quito. Obtenido de <https://www.enamiep.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/09/Ley-Organica-Equilibrio-Finanzas-Publicas.pdf>
- Egas, F., Cifuentes, L., Toala, D., & Proaño, E. (2019). El impuesto a los consumos especiales (ICE) aplicado a las bebidas alcohólicas incluida la cerveza. Visionario Digital, 293-304. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.477>
- Escobedo-Garrido, J. S., & Jaramillo-Villanueva, J. L. (2019). Las preferencias de los consumidores por tortillas de maíz. El caso de Puebla, México. Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional, 29(53), e19627. <https://doi.org/10.24836/es.v29i53.627>
- Gómez, L., Bacardí, M., Caravali, N., & Jiménez, A. (2015). Consumo de bebidas energéticas, alcohólicas y azucaradas en jóvenes universitarios de la frontera México-USA. Nutrición Hospitalaria, 31, 191-195. doi:10.3305/nh.2015.31.1.8094
- Gutiérrez, H. (2015). Cuota de mercado de las empresas líderes de bebidas gaseosas en el mundo a partir de 2015, por empresa líder. Recuperado el 20 de Septiembre de 2018, de <https://es.statista.com/estadisticas/599355/empres>

- sas-lideres-de-bebidas-gaseosas-cuota-de-mercado- mundial/
- Londoño, T., & Giraldo, T. (2018). Un modelo casi ideal de demanda para las bebidas carbonatadas en Colombia. Universidad EAFIT.
- López, B. G. (Febrero de 2016). EL TRASFONDO ECONÓMICO DE LAS INTERVENCIONES SANITARIAS. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de <http://scielo.isciii.es/pdf/resp/v83n1/colaboracion2.pdf>
- Maslow, A. (1975). Motivación y Personalidad. Barcelona: Sagitario.
- Maa, J. (3 de Julio de 2016). Taxing Soda: Strategies for Dealing with the Obesity and Diabetes Epidemic. Recuperado el 15 de Octubre de 2018, de <https://philpapers.org/rec/MAATSS>
- Malhotra, N. (2004). Investigación de mercados. Un enfoque aplicado. México D.F.: Pearson Educación.
- Mejía, R., & Alberto, L. (2013). Percepciones y preferencias del consumidor de palmito fresco. Caso: unión de asociaciones de productores de plantines y palmito. *Perspectivas*, (32), 61-104. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rp/n32/n32a03.pdf>
- OMS. (2015). Alimentos y Bebidas Ultraprocesados. Recuperado el 20 de Septiembre de 2018, de http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000000718cnt-2015-11_obesidad_OMS.pdf
- ONU. (16 de Septiembre de 2011). Prevención y control de Enfermedades No Transmisibles. Recuperado el 20 de Septiembre de 2018, de http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/66/L.1&referer=http://www.un.org/en/ga/ncdmeetin g2011/&Lang=S
- Organización Mundial de la Salud. (11 de octubre de 2016). Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/detail/11-10-2016-who-urges-global-action-to-curtail-consumption-and-health-impacts-of-sugary-drinks>
- Organización Mundial de la Salud. (s.f.). Ingesta de Azúcares en Niños y Adultos. Recuperado el 25 de Julio de 2018, de https://www.paho.org/mex/index.php?option=com_docman&view=download&alias=849-vfinal-consumo-de-bebidas-azucaradas&category_slug=presentaciones&Itemid=493
- Organización Panamericana de la Salud. (2015). Experiencia de México en el establecimiento de impuestos a las bebidas azucaradas como estrategia de salud pública. Obtenido de <https://iris.paho.org/handle/10665.2/18390>
- Reynolds, L. (2013). Percepciones y preferencias del consumidor de palmito fresco. Caso: unión de asociaciones de productores de plantines y palmito. *Perspectivas*, (32), 61-104. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332013000200003
- Rivera, J., Velasco, A., & Carriego, A. (2014). Consumo de refrescos, bebidas azucaradas y el riesgo de obesidad y diabetes. Instituto Nacional de Salud Pública. Obtenido de https://www.paho.org/mex/index.php?option=com_docman&view=download&alias=849-vfinal-consumo-de-bebidas-azucaradas&Itemid=493
- Rodríguez, M., Ávalos, M., & López, C. (2014). Consumo de bebidas de alto contenido calórico en México: un reto para la salud pública. *Salud en Tabasco*, 20(1), 28-33. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=487/48731722006>
- Salvador, I. (2010). La conducta del consumidor vista desde tres diferentes teorías. *Negotium*, (29), 130 - 142. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78232555009.pdf>
- Sánchez-García, I., Rodríguez-Insuasti, H., Martí-Parreño, J., & Sánchez-Mena, A. (2019). Nutritional traffic light and self-regulatory consumption: the role of emotions. *British Food Journal*, 121(1), 183-198. Doi:10.1108/BFJ-03-2018-0192
- Sergueyevna, N. (2013). Teorías motivacionales desde la perspectiva de comportamiento del consumidor. *Negotium*, 9(26), 5 - 18.
- Teneda, W., Santamaría, E., Moreno, K., & Acosta, M. (2008). Semaforización de alimentos procesados de acuerdo a las normativas legales ecuatorianas para la reducción de la tasa de sobrepeso en preadolescentes en Tungurahua. Ecuador. Obtenido de <http://www.revistaespirales.com/index.php/es/artic le/view/653/html>
- Tovar, J. (20 de Diciembre de 2017). Impuestos a las bebidas azucaradas, el consumo proyectado y los ingresos fiscales en Colombia: evidencia de un modelo QUAIDS, *Plos One*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de <https://journals.plos.org/plosone/article/authors?id=10.1371/journal.pone.0189026>
- Stacey, N. (Diciembre de 2017). Impuesto sobre las bebidas azucaradas en Sudáfrica: gasto de los hogares, elasticidades del sistema de demanda e implicaciones políticas. Recuperado el 23 de Marzo de 2019, de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5747348/#bb0035>
- Valverde, A. (2019). Bebidas azucaradas y su importancia en la legislación ecuatoriana. Escuela de administración de empresas y marketing.
- Varian, Hal. (2010). Microeconomía Intermedia. Un enfoque actual. Antoni Bosch editor. España. 8a Edición. Capítulos 18, 19, 20, 21, 22 y 23.

Lineamientos del Boletín de Coyuntura

Instrucciones de presentación de artículos “Boletín de Coyuntura”

“Boletín de Coyuntura” es una publicación trimestral del Observatorio Económico y Social de Tungurahua - OBEST de la Universidad Técnica de Ambato - UTA (Ambato-Ecuador) (enero-marzo, abril-junio, julio-septiembre y octubre-diciembre), con códigos e-ISSN 2600-5727 / p-ISSN 2528-7931, registrada en Academia.edu, Google Scholar, LatinREV, MIAR, REDIB, RRAAE y en el Directorio y Catálogo 2.0 de Latindex. Su objetivo es contribuir al conocimiento científico mediante la difusión de artículos de investigación, comunicación científica o creaciones originales (español/inglés), enfocados en: economía, finanzas, administración y contabilidad; dirigida a profesionales e investigadores que trabajan en estos campos del conocimiento.

Los autores que deseen participar en el proceso de publicación de la revista “Boletín de Coyuntura” deben cumplir las siguientes directrices:

Originalidad

Los artículos presentados deben ser inéditos y originales (español/inglés), en las líneas de investigación de la revista, que no hayan sido publicados anteriormente en ningún medio impreso o electrónico. Cualquier socialización de resultados referente al tema escrito se podrá realizar posterior a la publicación del Boletín de Coyuntura correspondiente. Los artículos pueden ser:

- Artículos de investigación científica
- Artículos de revisión
- Artículos de reflexión

Envío de artículos

Las investigaciones deben ser enviadas en formato word al email: obeconomico@uta.edu.ec, además, se debe indicar el tipo de artículo (investigación científica, revisión o reflexión). La recepción es abierta durante todo el año.

Normas generales

- Los artículos deben tener máximo cuatro autores.
- Fuente: cambria.
- Color de fuente: negro.
- Tamaño de fuente: 9 puntos excepto los apartados que muestren otra indicación.
- Interlineado: 1,15.
- Márgenes: izquierdo y derecho 3 cm y superior e inferior 1,5 cm.
- El artículo completo debe constar de mínimo 10 y máximo 16 páginas (5.000 y 8.000 palabras), incluido: texto, tablas, figuras, entre otros.
- La numeración de la página debe estar situada en la parte inferior derecha de la hoja.
- Los datos numéricos deben separarse: miles con punto, decimales con coma y millones con apóstrofe aplicado en texto, tablas y figuras, a excepción de los años.

- Toda palabra que lleve tilde o diéresis deberá respetar la regla ortográfica respectiva, aplicándose también en mayúsculas.
- Para referirse al nombre de organizaciones, estas se harán en el idioma original seguido de su acrónimo, y de ser necesario se incluirá su traducción en castellano.
- Para escribir citas bibliográficas dentro del texto, se aplicarán normas APA sexta edición, no es necesario citas de pie de página. Se puede utilizar el programa Zotero como ayuda.

Normas para la elaboración de tablas y figuras

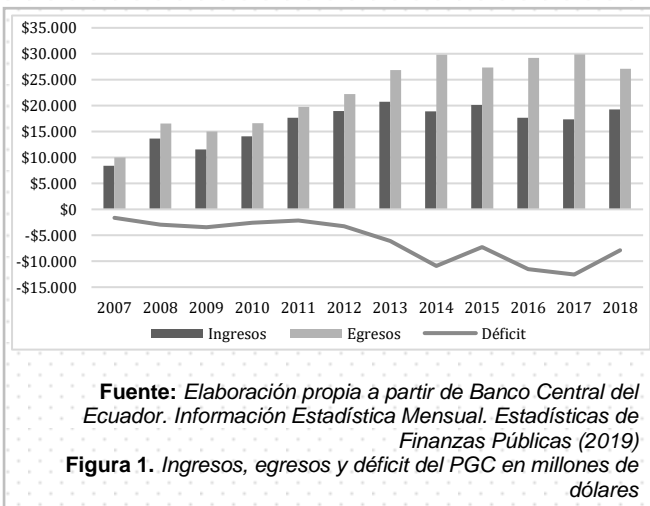
- Los títulos de las tablas y figuras deben estar fuera de las mismas y en letra cambria tamaño 8.
- La representación de datos e información estadística se denominará tabla y a las representaciones gráficas se las denominará figura, con el número respectivo. (No se debe colocar símbolos o abreviaciones como: #, N°, No., entre otras).
- Las palabras tabla y figura deben ir en negrillas, seguido del título en cursiva sin negrilla en formato oración.
- En las tablas el título debe ir centrado en la parte superior y la fuente en la parte inferior alineada a la derecha.
- Las tablas deben estar autoajustadas a la ventana y con interlineado sencillo.
- En las figuras el título debe ir en la parte inferior después de la fuente alineado a la derecha.
- El texto al interior de tablas y figuras debe ser en formato oración (no todo mayúscula), y en letra cambria tamaño 8.
- Se deben colocar únicamente líneas horizontales en las tablas y fondo blanco (similar al formato APA sexta edición).
- Las figuras deben estar en escala de grises.
- La fuente de tablas y figuras con tamaño de letra 8. La palabra fuente debe estar en negrilla, lo demás con cursiva y sin negrilla y:
 - a. En caso de que sea tomada exactamente de alguna institución, artículo, revista u otros, colocar, por ejemplo: **Fuente:** *Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, Anuario de Estadísticas Vitales – Nacimientos y Defunciones (2014).*
 - b. Si el autor realiza alguna modificación, resumen u otro a la información deberá constar, por ejemplo: **Fuente:** *Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, Anuario de Estadísticas Vitales – Nacimientos y Defunciones (2014).*
 - c. En el caso que sea elaborada por el autor con información primaria debe constar: **Fuente:** *Elaboración propia a partir de (encuestas, observación, entrevistas, etc.) (2014).*

Ejemplo de tabla:

Año	Inversiones	Cartera	Depósitos	Capital
2006	1.309,50	986,27	1.141,58	796,65
2007	1.206,82	1.032,78	1.216,75	695,50
2008	1.091,31	1.130,77	1.226,89	862,61
2009	1.047,46	1.031,73	1.119,29	930,13
2010	1.071,11	1.039,89	1.120,79	940,23
2011	1.212,44	985,11	1.133,75	936,65
2012	982,98	1.021,97	1.099,48	935,00
2013	954,43	1.129,53	1.159,31	813,41
2014	1.318,10	1.136,59	1.214,69	969,31
2015	1.049,39	1.115,64	1.225,14	1.004,52
2016	1.065,63	1.201,04	1.242,47	971,60
2017	984,88	1.063,46	1.170,13	910,78
2018	638,45	304,39	325,74	334,91
Promedio	1.071,73	1.013,78	1.107,38	853,95

Fuente: Elaboración propia a partir de Superintendencia de Bancos (2019)

Ejemplo de figura:



Estructura del artículo

Los artículos pueden ser de investigación científica, revisión y reflexión; sus estructuras son las siguientes:

- **Artículo de investigación científica**

Es un artículo que presenta de manera detallada, los resultados originales de proyectos de investigación, se parte de una pregunta, que se intenta responder a través de un método estructurado y reproducible, debe presentar los siguientes elementos:

- **Título:** Español e inglés, fuente cambria, tamaño 10, centrado, negrilla, formato oración (no todo mayúscula), extensión máxima 20 palabras.
- **Autores:** Se debe incluir en la parte inferior del título un nombre y dos apellidos separados por un guión y como pie de página, con cursiva, escribir: Institución a la que pertenece, facultad/ departamento, ciudad, país, correo electrónico y código ORCID. En caso de dos hasta cuatro autores separar con punto y coma cada autor.

Ejemplo:

Franklin Pacheco-Rodríguez¹; Danilo Bombón-Orellana²

¹ Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato- Ecuador. E-mail: fpacheco@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9341-9163>

² Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato-Ecuador. E-mail: dbombon@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5248-2481>

- **Resumen:** De un solo párrafo (mínimo 150 y máximo 200 palabras), debe incluir objetivo del estudio, metodología y principal conclusión.
- **Palabras clave:** De 3 a 5 palabras, se deben escoger considerando cuales utilizaría un usuario para encontrar su artículo a través de un buscador, y acorde al lenguaje que se maneje en el entorno profesional.
- **Abstract:** Traducción al inglés del resumen.
- **Keywords:** Traducción al inglés de las palabras clave.
- **Introducción:** Debe incluir el propósito, importancia, antecedentes investigativos y conocimiento actual del tema.
- **Metodología:** Métodos de investigación empleados para la elaboración del artículo, en el caso de información primaria debe constar la población y muestra calculada y justificar la selección de esa población.
- **Resultados:** Debe exponer resultados que respondan a los objetivos e hipótesis del estudio con datos cualitativos o cuantitativos.
- **Conclusiones:** Extensión mínima 500 palabras, en las que se destaque la contribución más importante del artículo respondiendo a los objetivos de la investigación.
- **Referencias:** Incluir todas las fuentes bibliográficas utilizadas y/o referidas en el texto, en normas APA sexta edición en orden alfabético y sangría francesa (mínimo 15).

- **Artículo de revisión**

Es un artículo que recopila la información más relevante de un tema específico. Se analizan, sistematizan e integran los resultados de otras investigaciones en un campo determinado, con el fin de dar cuenta de los avances y las tendencias de desarrollo. Su finalidad es examinar la bibliografía publicada y situarla en cierta perspectiva; debe presentar los siguientes elementos:

- **Título:** Español e inglés, fuente cambria, tamaño 10, centrado, negrilla, formato oración (no todo mayúscula), extensión máxima 20 palabras.
- **Autores:** Se debe incluir en la parte inferior del título un nombre y dos apellidos separados por un guión y como pie de página, con cursiva, escribir: Institución a la que pertenece, facultad/ departamento, ciudad, país, correo electrónico y código ORCID. En caso de dos hasta cuatro autores separar con punto y coma cada autor.

Ejemplo:Franklin Pacheco-Rodríguez¹; Danilo Bombón-Orellana²¹ Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato- Ecuador. E-mail: fpacheco@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9341-9163>² Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato-Ecuador. E-mail: dbombon@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5248-2481>

- **Resumen:** Exposición corta y clara del contenido del artículo, se indican los resultados más relevantes y la conclusión principal, consiste en un solo párrafo (mínimo 150 y máximo 200 palabras).
- **Palabras clave:** De 3 a 5 palabras, se deben escoger considerando cuales utilizaría un usuario para encontrar su artículo a través de un buscador, y acorde al lenguaje que se maneje en el entorno profesional.
- **Abstract:** Traducción al inglés del resumen.
- **Keywords:** Traducción al inglés de las palabras clave.
- **Introducción:** Apartado en el que se plantea la necesidad de abordar la pregunta o preguntas que se quiere contestar (del tema a revisar).
- **Metodología:** Se expone cómo, con qué criterios y qué trabajos se han seleccionado y revisado.
- **Desarrollo y discusión:** Se presentan los detalles más destacables de los artículos revisados y la síntesis discutida y argumentada de los resultados.
- **Conclusiones:** Extensión mínima 500 palabras, se presentan las consecuencias que se extraen de la revisión, propuestas de nuevas hipótesis y líneas de investigación concretas para el futuro.
- **Referencias:** Incluir todas las fuentes bibliográficas utilizadas y/o referidas en el texto, en normas APA sexta edición en orden alfabético y sangría francesa (mínimo 30).

- **Artículo de reflexión**

Es un artículo de carácter subjetivo en el que se presenta el resultado de una investigación desde la perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor, sobre un tema específico, sustentada a través de otras investigaciones; debe presentar los siguientes elementos:

- **Título:** Español e inglés, fuente cambria, tamaño 10, centrado, negrilla, formato oración (no todo mayúscula), extensión máxima 20 palabras.
- **Autores:** Se debe incluir en la parte inferior del título un nombre y dos apellidos separados por un guión y como pie de página, con cursiva, escribir: Institución a la que pertenece, facultad/ departamento, ciudad, país, correo electrónico y código ORCID. En caso de dos hasta cuatro autores separar con punto y coma cada autor.

Ejemplo:Franklin Pacheco-Rodríguez¹; Danilo Bombón-Orellana²¹ Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato- Ecuador. E-mail: fpacheco@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9341-9163>² Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas. Ambato-Ecuador. E-mail: dbombon@pucesa.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5248-2481>

- **Resumen:** Exposición corta y clara del contenido del artículo, se indican los resultados más relevantes y la conclusión principal, consiste en un solo párrafo (mínimo 150 y máximo 200 palabras).
- **Palabras clave:** De 3 a 5 palabras, se deben escoger considerando cuales utilizaría un usuario para encontrar su artículo a través de un buscador, y acorde al lenguaje que se maneje en el entorno profesional.
- **Abstract:** Traducción al inglés del resumen.
- **Keywords:** Traducción al inglés de las palabras clave.
- **Introducción:** Apartado en el que se indica la importancia del tema de estudio, antecedentes históricos, definición del problema y objetivos.
- **Reflexión:** Se presentan las ideas, argumentos y reflexiones del autor de forma coherente, resultado de un proceso de formación, investigación y análisis; se encaminan en base a un tópico fundamental en torno al cual se reflexiona y se elaboran argumentos.
- **Conclusiones:** Extensión mínima 500 palabras, se mencionan los resultados de las reflexiones expuestas anteriormente, también es un escenario para la autocritica, limitaciones o posibles variables en futuras investigaciones.
- **Referencias:** Incluir todas las fuentes bibliográficas utilizadas y/o referidas en el texto, en normas APA sexta edición en orden alfabético y sangría francesa (mínimo 25).

Proceso editorial “Boletín de Coyuntura”

El proceso editorial del Boletín de Coyuntura abarca dos fases. La primera consiste en lo siguiente:

1. Recepción de artículos a través del correo electrónico obeconomico@uta.edu.ec
2. El equipo técnico realiza una breve lectura del contenido y verifica que el tema esté acorde a las líneas de investigación de la revista, en caso de falencias se enviará al Coordinador/Editor para que evalúe y determine si puede continuar el proceso editorial. (Plazo: 2 días).
3. Autorización de Coordinador/Editor para continuar el proceso editorial. (Plazo: 2 días).
4. Solicitud de declaraciones de compromiso a los autores del artículo. (Plazo: 7 días).
5. El equipo técnico verifica el cumplimiento de normas de presentación de la revista, y revisión antiplagio con software URKUND, el porcentaje de coincidencias no debe superar el 20%. (Plazo: 3 días).

Una vez que el artículo cumpla con la primera, pasa a la segunda fase, que consiste en el sistema de arbitraje.

Sistema de arbitraje

El sistema de arbitraje del “Boletín de Coyuntura” es de modalidad doble ciego (se mantiene oculta la identidad del autor y de los pares evaluadores). Cada artículo es sometido a la revisión de dos evaluadores, ajenos al

Consejo Editorial. El sistema de arbitraje cumple los siguientes pasos:

1. El equipo técnico designa un miembro de Consejo Editorial acorde a la temática, quien revisa en forma general el contenido del artículo, determina originalidad, importancia y pertinencia del tema acogiendo una de las tres decisiones:
 - Aprobado para revisión por pares
 - Aprobado para revisión por pares, condicionando al autor cumplir con los requerimientos solicitados por Consejo Editorial
 - Rechazado
 (Plazo: 4 días)
2. Una vez aprobado el artículo para revisión por pares, Consejo Editorial designa dos evaluadores acordes a la temática. (Plazo: 4 días).
3. En caso de que se rechace el artículo en primera instancia, el Coordinador/Editor puede solicitar el criterio de otro miembro de Consejo Editorial. (Plazo: 2 días).
4. Los evaluadores revisan contenido de los artículos, acogiendo una de las tres decisiones:
 - Aprobado para publicación
 - Aprobado para publicación, condicionando al autor cumplir con las correcciones solicitadas
 - Rechazado
 (Plazo: 8 días)
5. En caso de que un evaluador no cumpla con las funciones, requerimientos y fechas establecidas, Consejo Editorial tomará las acciones pertinentes para continuar con el sistema de arbitraje. (Plazo: 2 días).
6. Consejo Editorial en base a los informes de los evaluadores, acepta o rechaza el artículo para publicación. (Plazo: 2 días).
7. En caso de que un evaluador acepte el artículo y otro lo rechace, Consejo Editorial puede solicitar una evaluación adicional para romper el empate. (Plazo: 2 días).
8. En caso de que Consejo Editorial no cumpla con las funciones, requerimientos y fechas establecidas, el Coordinador/Editor tomará las acciones pertinentes para continuar con el sistema de arbitraje. (Plazo: 4 días).
9. El Coordinador/Editor toma la decisión final de publicación y envía la certificación al autor de ser el caso. (Plazo: 2 días).

Una vez terminada la segunda fase (sistema de arbitraje) se procede a la maquetación, revisión y publicación de la revista.

Nota: La comunicación se realiza a través del correo electrónico obeconomico@uta.edu.ec

Política editorial “Boletín de Coyuntura”

Descripción de la revista

“Boletín de Coyuntura” es una publicación trimestral del Observatorio Económico y Social de Tungurahua - OBEST de la Universidad Técnica de Ambato - UTA (Ambato-Ecuador) (enero-marzo, abril-junio, julio-septiembre y

octubre-diciembre), con códigos e-ISSN 2600-5727 / p-ISSN 2528-7931, registrada en Academia.edu, Google Scholar, LatinREV, MIAR, REDIB, RRAAE y en el Directorio y Catálogo 2.0 de Latindex. Su objetivo es contribuir al conocimiento científico mediante la difusión de artículos de investigación, comunicación científica o creaciones originales (español/inglés), enfocados en: economía, finanzas, administración y contabilidad; dirigida a profesionales e investigadores que trabajan en estos campos del conocimiento.

Originalidad

Los artículos publicados en la revista son inéditos y originales (español/inglés), en las líneas de investigación de la revista, que no han sido publicados anteriormente en ningún medio impreso o electrónico. Cualquier socialización de resultados referente al tema escrito se lo realiza posterior a la publicación del Boletín de Coyuntura correspondiente; los artículos son de investigación científica, revisión y reflexión.

Comité Científico Internacional

Los miembros del Comité Científico Internacional son profesionales de otros países y poseen las siguientes características:

- Reconocida trayectoria internacional.
- Nivel académico de maestría o superior.
- Experiencia en investigación (publicaciones científicas, conferencias dictadas, arbitraje en otras revistas de investigación, dirección de tesis, reconocimientos, entre otros).
- Especialistas en los campos de acción de la revista.

La base de datos del Comité Científico Internacional se incrementa constantemente, según se requiera, seleccionando miembros que cumplan los puntos mencionados, además, es actualizada/depurada en base a las estadísticas de colaboración y revisión de la revista.

Nota: La comunicación se realiza a través del correo electrónico obeconomico@uta.edu.ec

Consejo Editorial y evaluadores

Los miembros de Consejo Editorial y evaluadores del “Boletín de Coyuntura” son internos/externos a la Universidad Técnica de Ambato y poseen las siguientes características:

- Reconocida trayectoria nacional y/o internacional.
- Nivel académico de maestría o superior.
- Experiencia en investigación (publicaciones científicas, conferencias dictadas, arbitraje en otras revistas de investigación, dirección de tesis, reconocimientos, entre otros).
- Especialistas en los campos de acción de la revista.

La base de datos de Consejo Editorial y evaluadores se incrementa constantemente, según se requiera, seleccionando miembros que cumplan los puntos mencionados, además, es actualizada/depurada en base a sus estadísticas de revisión de artículos.

Nota: La comunicación se realiza a través del correo electrónico obeconomico@uta.edu.ec

Declaración de privacidad

Los nombres y direcciones de correos electrónicos ingresados y/o registrados se usarán exclusivamente para los fines declarados por esta revista y no estarán disponibles para ningún otro propósito u otra persona.

Antiplagio

Todos los artículos recibidos para publicación en esta revista, son sometidos a revisión antiplagio mediante software URKUND, donde las coincidencias gramaticales y ortotipográficas no deben superar el 20%, caso contrario el artículo es rechazado; garantizando que los trabajos sean inéditos y cumplan con los estándares de calidad editorial que avalen producción científica propia.

Conflicto de intereses

Todos los autores están obligados a declarar explícitamente que no hay conflictos de intereses que puedan haber influido en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas. Los autores también deben indicar cualquier financiación de agencias y/o de proyectos de los que surge el artículo de la investigación; en caso de no contar con fuentes externas, los autores deberán declarar el trabajo como “autofinanciado” o “fondos propios”.

Declaración de responsabilidad

El contenido de los artículos enviados al “Boletín de Coyuntura” es responsabilidad del autor y atestiguan que el trabajo es original e inédito, que no contiene partes de otros autores o de otros fragmentos de trabajos ya publicados. Además, confirman la veracidad de los datos, esto es, que no se han alterado los datos empíricos para verificar hipótesis.

Derechos de autor



Las publicaciones del Boletín de Coyuntura están bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional. La Universidad Técnica de Ambato conserva los derechos patrimoniales (copyright) de las obras publicadas, y favorece y permite la reutilización de estas, siempre que: se cite la autoría y fuente original de su publicación, no se usen para fines comerciales u onerosos.

Contribución de autor

La revista “Boletín de Coyuntura” considera que los autores contribuyen por igual en la elaboración de los artículos, por lo que no solicita declaración de contribución.

Acceso abierto



La revista “Boletín de Coyuntura” es de acceso abierto, lo que significa que todo el contenido está disponible de forma gratuita y sin cargo para el usuario o su institución. Los usuarios pueden leer, descargar, copiar, distribuir, imprimir, buscar o enlazar a los textos completos de los artículos, o utilizarlos para cualquier otro propósito legal, sin pedir permiso previo al editor o al autor y sin necesidad de registrarse, además, no existe periodo de embargo del contenido. Todas las publicaciones de la revista están bajo

una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional. La política de acceso abierto del “Boletín de Coyuntura” se encuentra de acuerdo a la Budapest Open Access Initiative – BOAI.

Cargos de procesamiento de artículos (APC)

Los artículos publicados en la revista “Boletín de Coyuntura”, no tienen costo de presentación, procesamiento o publicación para los autores.

Actualización de información y preservación digital

El Equipo Técnico de la revista actualiza de manera constante su sitio web, según se requiera, brindando a los investigadores información renovada. Las actualizaciones son:

- Publicación de un nuevo número de la revista.
- Indicaciones para autores y lectores.
- Convocatoria de artículos.
- Cuerpo Editorial de la revista.
- Links de sitios web relacionados.
- Otros que la revista considere importante.

Además, toda la información de la revista está depositada en los servidores de la Universidad Técnica de Ambato, que elabora un respaldo mensual de su base de datos y trimestral de su servidor.

Código de Ética “Boletín de Coyuntura”

“Boletín de Coyuntura” se adhiere a las directrices del Committee on Publication Ethics (COPE) disponible en: <http://publicationethics.org/resources/guidelines>

1. Compromisos de los autores

- **Originalidad:** Los artículos enviados al “Boletín de Coyuntura” deben ser inéditos y originales, en las líneas de investigación de la revista, que no hayan sido publicados anteriormente de forma parcial o total en ningún medio impreso o electrónico en cualquier idioma.
- **Publicaciones múltiples y/o repetitivas:** Los autores no deben enviar de manera simultánea/múltiple un mismo artículo a diferentes publicaciones o editoriales, pues existe la posibilidad de que sea publicado más de una vez. La propuesta simultánea de la misma contribución a múltiples revistas científicas es considerada una práctica éticamente incorrecta y reprochable.
- **Atribuciones, citas y referencias:** El autor debe proporcionar siempre la correcta indicación de las fuentes y los aportes mencionados en el artículo.
- **Autoría:** Los autores garantizan la inclusión de aquellas personas que han hecho una contribución científica e intelectual significativa en la realización del artículo. Además, la revista considera que los autores contribuyen por igual en la elaboración de

las investigaciones, por lo que no solicita declaración de contribución.

- **Acceso y retención:** Si se considera apropiado, los autores de los artículos deben poner a disposición también las fuentes o los datos en que se basa la investigación, que puede conservarse durante un periodo razonable de tiempo después de la publicación y posiblemente hacerse accesible.
- **Conflicto de intereses y divulgación:** Todos los autores están obligados a declarar explícitamente que no hay conflictos de intereses que puedan haber influido en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas. Los autores también deben indicar cualquier financiación de instituciones y/o de proyectos de los que surge el artículo de la investigación.
- **Errores en los artículos publicados:** Cuando un autor identifica en su artículo un error, deberá inmediatamente informar a la revista y proporcionar toda la información necesaria para realizar las correcciones pertinentes.
- **Responsabilidad y fidelidad de los datos:** El contenido del artículo es de total responsabilidad del autor y atestigua que el trabajo no contiene partes de otros autores o de otros fragmentos de trabajos ya publicados. Además, confirman la veracidad de los datos, esto es, que no se han alterado los datos empíricos para verificar hipótesis.

Notas:

- Todos los artículos recibidos para publicación en la revista, son sometidos a revisión antiplagio mediante software URKUND, donde las coincidencias gramaticales y ortotipográficas no deben superar el 20%, caso contrario el artículo es rechazado; garantizando que los trabajos sean inéditos y cumplan con los estándares de calidad editorial que avalen producción científica propia.
- El incumplimiento de algún compromiso, por parte de los autores será considerado como una práctica éticamente incorrecta y reprobable, y se procederá a descartar el artículo para publicación en el “Boletín de Coyuntura”.

2. Compromisos de los evaluadores

- **Contribución a la decisión editorial:** La revisión por pares evaluadores ayuda al Consejo Editorial para tomar decisiones sobre los artículos propuestos y también permite al autor mejorar la calidad de los artículos enviados para su publicación. Los evaluadores asumen el

compromiso de realizar una revisión crítica, honesta, constructiva y sin sesgo, tanto de la calidad científica como de la calidad literaria del escrito en el campo de sus conocimientos y habilidades.

- **Respeto de los tiempos de revisión:** Los evaluadores se comprometen a revisar los trabajos en el menor tiempo posible para respetar los plazos de entrega, en consideración a los autores y sus trabajos.
- **Confidencialidad:** Cada artículo debe ser considerado como confidencial. Por lo tanto, las investigaciones no se deben discutir con otras personas sin el consentimiento expreso del Coordinador/Editor.
- **Honestidad:** Los evaluadores revisan los artículos enviados para su publicación sobre la base del mérito científico de los contenidos, sin discriminación de raza, género, orientación sexual, religión, origen étnico, nacionalidad, opinión política de los autores.
- **Objetividad:** La revisión por pares evaluadores debe realizarse de manera objetiva, por lo que están obligados a dar razones suficientes para cada una de sus valoraciones, entregando un informe detallado. Además, pueden informar a la revista sobre cualquier similitud o solapamientos del manuscrito con otros trabajos publicados.
- **Anonimidad:** Para garantizar que el proceso de revisión sea lo más objetivo, imparcial y transparente posible, la identidad de los autores se suprime antes de ser enviados los trabajos a revisión por pares evaluadores. En el caso de que por algún motivo se haya visto comprometida la identidad de los autores, sus filiaciones institucionales o algún otro dato que ponga en riesgo la anonimidad del documento, el evaluador debe comunicar de inmediato a la revista.

Nota: El incumplimiento de algún compromiso por parte de los evaluadores será considerado como una práctica éticamente incorrecta y reprobable, y el Coordinador/Editor de la revista realizará llamados de atención, separación de los evaluadores o cualquier acción de corrección que crea pertinente.

3. Compromisos de Consejo Editorial

- **Decisión de publicación:** Consejo Editorial garantizará la selección de los evaluadores más cualificados y especialistas en el campo de investigación del artículo, para emitir una apreciación crítica y experta del trabajo, con los menores sesgos posibles. “Boletín de Coyuntura” opta por seleccionar 2 evaluadores por cada manuscrito, en caso de que uno acepte y otro

rechace el artículo, Consejo Editorial puede solicitar una evaluación adicional para romper el empate.

- **Honestidad:** Consejo Editorial evalúa los artículos enviados para su publicación sobre la base del mérito científico de los contenidos, sin discriminación de raza, género, orientación sexual, religión, origen étnico, nacionalidad, opinión política de los autores.
- **Confidencialidad:** Consejo Editorial se compromete a no divulgar información sobre los artículos enviados a la publicación a personas ajenas al Cuerpo Editorial de la revista, de tal manera que el anonimato preserve la integridad intelectual de todo el proceso.
- **Conflicto de intereses y divulgación:** Consejo Editorial se compromete a no utilizar en sus investigaciones contenidos de los artículos enviados para su publicación sin el consentimiento por escrito del autor.
- **Contribución a la decisión de publicación:** La revisión por Consejo Editorial ayuda al Coordinador/Editor para tomar decisiones sobre los artículos propuestos y también permite al autor mejorar la calidad de los artículos enviados para su publicación.
- **Respeto de los tiempos de revisión:** Consejo Editorial se compromete a revisar los trabajos y asignar pares evaluadores en el menor tiempo posible para respetar los plazos de entrega, en consideración a los autores y sus trabajos.
- **Objetividad:** La revisión por Consejo Editorial debe realizarse de manera objetiva, por lo que están obligados a dar razones suficientes para cada una de sus valoraciones, entregando un informe detallado. Además, pueden informar a la revista sobre cualquier similitud o solapamientos del manuscrito con otros trabajos publicados.

- **Anonimidad:** Para garantizar que el proceso de revisión sea lo más objetivo, imparcial y transparente posible, la identidad de los autores se suprime antes de ser enviados los trabajos a revisión por Consejo Editorial. En el caso de que por algún motivo se haya visto comprometida la identidad de los autores, sus filiaciones institucionales o algún otro dato que ponga en riesgo la anonimidad del documento, el miembro de Consejo Editorial debe comunicar de inmediato a la revista.

Nota: El incumplimiento de algún compromiso por parte de Consejo Editorial será considerado como una práctica éticamente incorrecta y reprochable, y el Coordinador/Editor de la revista realizará llamados de atención, separación de Consejo Editorial o cualquier acción de corrección que crea pertinente.

4. Proceso de atención a quejas

- Se recibirán quejas de parte de autores siempre y cuando estén bien fundamentadas, las cuales serán atendidas siguiendo las normas de la revista. En ningún caso el proceso de solución de quejas involucrará revelar la identidad de Consejo Editorial y evaluadores.
- Cualquier reclamo sobre un proceso de evaluación será atendido siempre y cuando el autor identifique los posibles errores en la revisión realizada. En ningún momento se cuestionará la aptitud de Consejo Editorial o evaluadores. Las quejas se dirigirán al Coordinador/Editor, con la respectiva argumentación y las pruebas para considerar el caso. Se dará una respuesta al reclamo en un periodo de hasta cuatro meses.
- Si se llegara a recibir una denuncia de plagio posterior a la publicación de un artículo en el “Boletín de Coyuntura”, y esto es comprobado por la revista, se retirará ese manuscrito de la página web del número publicado y de todos los repositorios y bases de datos en las que conste el mencionado texto plagiado.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

**Publicación Trimestral
BOLETÍN DE COYUNTURA
JULIO - SEPTIEMBRE 2022
Número 34
e-ISSN 2600-5727 / p-ISSN 2528-7931**

OBSERVATORIO ECONÓMICO Y SOCIAL DE TUNGURAHUA

Dirección: Universidad Técnica de Ambato, campus Huachi, Av. Los Chasquis y Río Payamino
Facultad de Contabilidad y Auditoría (subsuelo)

Teléfonos: (593) 03-2848487 ext. 102

Fax: (593) 03-2844362 ext. 111

Sitio web "Boletín de Coyuntura": <http://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu>

Sitio web Latindex: <https://www.latindex.org/latindex/ficha/23399>

Sitio web ISSN: <https://portal.issn.org/resource/ISSN/2600-5727>

Sitio web Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=rbeAdnEAAAAJ>

Sitio web Academia.edu: <https://utaedu.academia.edu/Bolet%C3%ADndeCoyuntura>

Sitio web LatinREV: <https://latinrev.flacso.org.ar/revistas/boletin-coyuntura>

Sitio web MIAR: <http://miar.ub.edu/issn/2528-7931>

Sitio web REDIB: https://redib.org/Serials/Record/oai_revista6382-boletin-de-coyuntura

Sitio web RRAAE:

http://rraae.org.ec/Search/Results?filter%5B%5D=instname_str%3A%22Universidad+T%C3%A9cnica+de+Ambato%22&filter%5B%5D=reponame_str%3A%22Revista+Bolet%C3%ADn+de+Coyuntura%22&lookfor=Universidad+Técnica+de+Ambato&type=AllFields

Blog OBEST-CEDIA: <http://blogs.cedia.org.ec/obest/>

Sitio web OBEST-FCAUD-UTA: <https://fca.uta.edu.ec/v4.0/index.php/servicios>

Síguenos también en Facebook como @OBESTUTA:

<https://www.facebook.com/OBESTUTA/>

www.uta.edu.ec