



SIGMA

REVISTA DE INVESTIGACIÓN

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Director

TCRN. DE E.M. Freddy Játiva Coronel
M.B.A.

Subdirector

Ing. Fabián Pazmiño
TCRN. DE. EM.

Jefe de Departamento de Investigación y Vinculación con la colectividad

Ing. Marcelo Vargas
TCRN. DE E.M.

Director del Departamento de C.E.A.C.

Econ. Alisva Cárdenas.

Consejo Editorial

Ing. Iralda Benavides
Ing. Xavier Fabara Ing. Galo Vásquez
Ing. Jorge Vásquez
Lic. Edison Cabezas
Ing. Angélica Gonzáles
Ing. Alejandro Pacheco
Ing. Mónica Falconí

Dirección y Diseño Editorial Ec.

Econ. Alisva Cárdenas
aacardenas@espe.edu.ec

Redacción y Fotografía

Econ. Alisva Cárdenas
Ing. Andrés Burbano

Impresión Imprenta

Editorial Politécnica

Revista SIGMA, es una publicación semestral del Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio de la ESPE Extensión Latacunga. ©2014 Universidad de las Fuerzas Armadas, Extensión Latacunga. ISSN: 1390-8871

Dirección:

Campus Gral. Guillermo Rodríguez
Lara Parroquia Belisario Quevedo
Latacunga – Ecuador

Sus artículos pueden ser reproducidos con autorización y citando la fuente. Las fotografías e ilustraciones son propiedad del Departamento de CEAC. - ESPE Extensión Latacunga. Las opiniones son responsabilidad de los autores y no comprometen a la revista.

INDICE DE PUBLICACIONES

1. Ing. Julio Tapia Mgs., Ing. Geovany Acosta, Emprendimiento en Acción.
2. Dra. Carla Acosta Mgs., La relevancia de la Auditoría Integral en el ámbito Empresarial y Estatal.
3. Econ. Alisva Cárdenas, Lic. Ismael Guanoluisa, Indicadores de Gestión Hotelera.
4. Ing. Carla Cevallos Mgs., Matriz General Electric.
5. Ing. Byron Cocha Mgs., Ing. Xavier Fabara Mgs., Investigación de Operaciones vs Herramienta para la toma de decisiones.
6. Econ. Francisco Caicedo MBA., Ing. Diana Quintana, Cultura y Práctica Bursátil.
7. Ing. Elisabeth Jiménez Mgs., Econ. Marco Veloz, La aplicación de la mercadotecnia en el posicionamiento de las PYMES y Microempresas.
8. Econ. Carlos Parreño MBA., Ing. Verónica Parreño Mgs., Crecimiento y Desarrollo en el Ecuador durante la última década.
9. Ing. Luis Lema Mgs., Ing. Oscar Cadena, La importancia de la Planificación Estratégica en todo tipo de empresas.
10. Ing. Nilda Avellán, Cómo estructurar un proceso de Titularización de Activos.
11. Ing. Galo Vásquez Mgs., Ing. Erika Tapia, Análisis de la variación del nivel de Crédito Bancario.
12. Ing. Marco Romero, La Auditoría como una herramienta.
13. Ing. Iralda Benavides, Ing. Xavier Tigselema Mgs., Ing. Iralda Benavides, Riesgo Administrativo y Plan de Contingencia.
14. Dra. Mónica Falconí Mgs., La importancia de los Sistemas de Costos Tradicionales y Modernos.
15. Ing. Joanna Gallardo Mgs., Ing. María Teresa Tirado, La importancia del ahorro familiar.
16. Ing. Maricela Pulloquina, Estudio Turístico de Pujilí.
17. Ing. Angélica González Mgs., Ing. Cristina Nasimba Mgs., Eco-turismo: Una estrategia a la contribución de la sostenibilidad.

MENSAJE DEL DIRECTOR DE LA UNIVERSIDAD DE FUERZAS ARMADAS - ESPE EXTENSIÓN LATACUNGA



Una de las actividades más importantes de la universidad, es la difusión de sus resultados académicos; en este campo, los medios impresos como las revistas, ocupan un lugar primordial en la generación de evidencias acreditadas.

Con enorme satisfacción presento a la comunidad un compendio del trabajo del Departamento de Ciencia Económicas, Administrativas y del Comercio, quienes con mucho esfuerzo han realizado la primera edición de la revista Sigma, con la idea de ser el inicio de una serie de trabajos técnicos realizados por docentes y estudiantes durante el período académico, oportunidad para expresar el resultado de los trabajos de investigación realizados con las carreras de Ingeniería en Finanzas y Auditoría, Comercial y Administración Turística y Hotelera.

En este primer ensayo constan importantes aportes, que incluyen temas de actualidad abarcando estudios de Emprendedorismo, Auditoría, Planificación Estratégica, Hotelaría, Turismo y Ecoturismo; textos en los cuales, es posible vislumbrar la calidad docente de la ESPE Extensión Latacunga, talento con el cual seguiremos aportando a la comunidad regional y ecuatoriana, al confirmar que formamos y perfeccionamos profesionales de alto desempeño dentro de sus distintas áreas de conocimiento.

Que ésta primera publicación de la Revista Sigma del Departamento de CEAC, sea una fuente constante de estudios que en un futuro cercano, puedan ser incluidos dentro de los repositorios de otras universidades reconocidas en el ámbito internacional, haciéndonos el firme propósito de indexarnos dentro de bases de datos bibliográficas mundiales.

El Departamento de CEAC, enfrenta el desafío, no sólo de tener una revista impresa, sino de incursionar la versión electrónica, como un espacio virtual de difusión, indispensable en este siglo cibernético.

TCRN. DE E.M. FREDDY JÁTIVA CORONEL M.B.A.
DIRECTOR DE LA UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
EXTENSIÓN LATACUNGA

MENSAJE DE LA DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

Las exigencias del nuevo milenio demandan de un esfuerzo constante y un interés por crear nuevas ideas que permitan contribuir al desarrollo de la ciencia y el conocimiento.

Es por ello que el Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y del Comercio de la Escuela Politécnica del Ejército Extensión Latacunga, quiere apoyar de forma directa al desarrollo empresarial, mediante la publicación de su revista, la misma que es fruto del esfuerzo de docentes, que quieren colaborar al engrandecimiento de la ESPE-EL y del País.



La revista permite materializar el compromiso que los docentes, sienten por la ESPE-EL, puesto que, cada uno de los artículos que se presentan fueron realizados mediante un análisis profundo de las realidades en las que se desarrollan las actividades económicas, comerciales, turísticas y administrativas de las empresas. Cada temática es abordada profundamente utilizando el análisis desde diferentes ópticas, pero sintetizadas de tal forma que permitan al lector tener una idea clara del tema expuesto, pretendiendo con ello satisfacer las inquietudes y nutrir de un conocimiento, que le sirva como herramienta de trabajo, para su desarrollo universitario y profesional.

El Departamento CEAC, con la publicación de la revista, contribuye para que los jóvenes profesionales que se forman académicamente en sus aulas, sean antes que apoyen directamente en el aparato productivo del Ecuador; puesto que los conocimientos adquiridos, más un pensamiento crítico y un actuar ético, les permite transformarse en profesionales comprometidos, responsables; generadores de un cambio generacional, que evolucionan la nueva sociedad ecuatoriana, la misma que trata de avanzar de forma paralela a las exigencias del mundo globalizado.

La publicación de la revista, se constituye en el baluarte del Departamento, pues es el reflejo de quienes proactivamente se preocupan en el desarrollo del Ecuador, y es el acicate para que exista el compromiso por parte de docentes, servidores públicos y alumnos, de ser mejores ciudadanos, comprometidos con el hacer de su trabajo y el deber ser de persona.

ECON. ALISVA CÁRDENAS PÉREZ
DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

“Todos somos muy ignorantes. Lo que ocurre es que no todos ignoramos las mismas cosas” Albert Einstein

EDITORIAL

La investigación como un pilar de la formación de nuevos profesionales genera un mayor conocimiento y entendimiento de las leyes naturales que mueven nuestro entorno, permitiendo obtener cada vez más aplicaciones en beneficio de la humanidad.

Al hombre, desde su creación, la curiosidad lo ha llevado a descubrir el mundo mediante la observación y la búsqueda de la verdad construyendo conocimiento y mejorando la capacidad de entendimiento. El conocimiento como un simple contenido de teorías no realiza los cambios necesarios para satisfacer las necesidades humanas; dentro de las carreras técnicas el resultado visible es la construcción de un invento nuevo, un objeto o bien palpable.

Considerando lo anterior, y siendo acaso el campo económico y administrativo el más importante dentro de cualquier proyecto de investigación, el resultado de la investigación es simple, pero a la vez de igual importancia: SUS PUBLICACIONES, me atrevería a decir, que si una investigación no va a ser publicada, no sirve.

SIGMA, es el producto tangible en donde se encuentra el resultado de las investigaciones realizadas por los Docentes del Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio; dentro de ello, se ha puesto especial interés en promover en ellos la búsqueda de la especialización en los temas que mejor dominan, sea por su trabajo diario o por su experiencia como Docentes de determinadas asignaturas.

Esta primera publicación, abre una nueva ventana y espacio para la reflexión sobre la importancia de generar investigación que sea de utilidad para quienes estudian carreras afines a la Administración y la Economía, así como también a quienes cursan carreras técnicas les será muy útil enterarse de temas actuales, que hablan sobre nuestro entorno y que son escritos por los mejores profesionales de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio de la Escuela Politécnica del Ejército Extensión Latacunga.

Con agrado presentamos esta publicación, no sin antes agradecer y resaltar el trabajo investigativo de los Docentes del Departamento de CEAC quienes con entusiasmo comienzan a elaborar y publicar sus primeros resultados en investigación formativa.

Vislumbramos que SIGMA sea el faro que guíe la búsqueda de la verdad, y nos dé el camino a la luz del conocimiento.

Alisva Cárdenas Pérez

Editora

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE EXTENSIÓN LATACUNGA CAMPUS “GRAL. GUILLERMO RODRÍGUEZ LARA”

PLANTA DOCENTE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

Orden	Apellidos y Nombres	Dedicación
1 izq.	Cabezas Mejía Edison Damían	Tiempo completo
2	Benavides Echeverría Iralda Eugenia	Tiempo completo
3	Vásquez Acosta Galo Ramiro	Tiempo completo
4	Romero Simbaña Marco Antonio	Tiempo completo
5	Vásquez Acosta Jorge Washington	Tiempo completo
6	Cárdenas Pérez Alisva de los Angeles	Tiempo completo
7	Acosta Fernández Aldrin Geovany	Tiempo completo
8	Fabara Zambrano Xavier Hermógenes	Tiempo completo



Orden	Apellidos y Nombres	Dedicación
9	Acosta Padilla Carla Paola	Tiempo Parcial
10	Araujo Sánchez María Fernanda	Tiempo Parcial
11	Avellán Herrera Nilda Alexandra	Tiempo Parcial
12	Alban Yanez Carlos Geovanny	Tiempo Parcial
13	Aguirre Arieta Patricia Gabriela	Dedicación Ocasional
14	Cadena Chávez Oscar Marcelo	Tiempo Parcial
15	Carrión Albán Paúl Esteban	Dedicación Ocasional
16	Caicedo Atiaga Francisco Marcelo	Tiempo Parcial
17	Cevallos Recalde Carla Paulina	Tiempo Parcial
18	Cocha Barrera Byron Eduardo	Tiempo Parcial
19	Falconí Hidalgo Mónica Alexandra	Tiempo Parcial
20	Gallardo Solís Joana Maricela	Tiempo Parcial
21	González Sánchez Angélica María	Tiempo Parcial



22	Guanoluisa Chuqui Jofrrre Ismael	Tiempo Parcial
23	Guerrero Espinosa Mercy Elizabeth	Dedicación Ocasional
24	Illapa Sánchez Luis Patricio	Dedicación Ocasional
25	Jiménez Silva Elisabeth Herlinda	Tiempo Parcial
26	Lema Cerda Luis Alfonso	Tiempo Parcial
27	León Ramirez José Gabriel	Tiempo Parcial
28	Lozada Orejuela Marta Cecilia	Tiempo Parcial
29	Mena Palacios Lenin Vladimir	Tiempo Parcial
30	Montero Reyes Yilena	Tiempo Parcial
31	Nasimba Suntaxi Cristina Maribel	Tiempo Parcial
32	Oviedo Pérez Edwin Danilo	Tiempo Parcial
33	Parra Bonilla Hernán Mauro	Tiempo Parcial
34	Parreño Herrera Carlos Alberto	Tiempo Parcial
35	Parreño Herrera Inés Verónica	Tiempo Parcial
36	Peñaherrera Coronel Vicente Xavier	Tiempo Parcial
37	Pulloquinga Neacato Maricela de los Angeles	Tiempo Parcial
38	Quispe Otacoma Ana Lucía	Tiempo Parcial
39	Quintana Yanez Diana Maribel	Dedicación Ocasional
40	Quimbita Panchi Victor Hugo	Dedicación Ocasional
41	Segovia León Hugo Heriberto	Tiempo Parcial
42	Tamayo Viera Luis Alfonso	Tiempo Parcial
43	Tapia Panchi Erika Paulina	Dedicación Ocasional
44	Tapia León Julio César	Tiempo Parcial
45	Tirado Pacheco María Teresa	Tiempo Parcial
46	Valle Robayo Oscar Alirio	Dedicación Ocasional
47	Veintimilla Herrera Edison Lizandro	Dedicación Ocasional
48	Velóz Jaramillo Marco Antonio	Tiempo Parcial



EMPRENDIMIENTO EN ACCIÓN

Ing. Julio Tapia Mgs.

Ing. Geovany Acosta

Resumen

Buscar oportunidades, generar ideas de negocios y tomar riesgos calculados forman parte del concepto de emprendedor; sin embargo son las características de la persistencia, el coraje, el deseo de superación y el liderazgo son lo que forjan el espíritu emprendedor.

Estos valores que forman el espíritu emprendedor, son los que valorizan a un empresario; ese espíritu es el vigor natural y virtud que alienta y fortifica el cuerpo y la mente del ser humano de quien busca nuevas oportunidades, del que sueña por días mejores. El espíritu emprendedor nos es adquirido genéticamente, es un proceso de moldeado desde las aulas en términos de identificar y desarrollar las potencialidades del futuro empresario.

Introducción

Existen dos tipos de emprendimiento: Emprendimiento por Oportunidad y Emprendimientos por Necesidad.

Emprendimiento por oportunidad son las acciones que permiten identificar oportunidades, tendencias de mercado y generar una idea para satisfacer esas necesidades, un ejemplo podemos citar al creador de Facebook Mark Zuckerberg quien renovó el ecosistema digital, cambiando la forma de relacionarse con las personas, él no descubrió ni tampoco inventó nada nuevo, lo que hizo es innovar lo que ya existía en ese tiempo; según algunas revelaciones importantes, mencionadas por Oyuki Aceves, directora comercial de la empresa The Happy Freaks Factory, ya existieron otras organizaciones como como SixDegrees y LiveJournal.com quienes fueron los que desarrollaron las primeras redes sociales y fueron los primeros que ofrecía perfiles, chats cerrados, comunidades, blogs para que la gente interactuara entre sí.

Pero solo Zuckerberg vio una oportunidad y en lugar de que sea una comunidad social cerrada, lo que hizo es darle un sentido más humano a la computación y abrirlo al mundo entero; le dio un giro de innovación a lo que ya existía.

Este claro ejemplo es de una persona con visión de futuro y que buscó emprendimiento por oportunidad, a tal punto que él desechó ofertas tales como de la empresa Yahoo.com que ofreció comprarla por USD 1.000 millones en el año de 2006. Hoy en día esta red social está valorada sobre los USD 55.000 millones, tiene más de 900 millones de usuarios con un crecimiento de 100 millones por año, genera 450.000 puestos de trabajo.

El otro grupo de emprendedores son los emprendedores por necesidad, los que no ven otra forma de ganarse la vida que trabajando en lo que sea, no importa cuán sacrificado o explotado sea ese trabajo, lo único que le importa es tener algo de dinero para solventar las necesidades urgentes de su entorno familiar.

Según estudios sobre la Tasa de Emprendimiento del año 2008 en el Ecuador los emprendedores por oportunidad representan el 69%, por necesidad el 28% y por otros motivos el 3% .

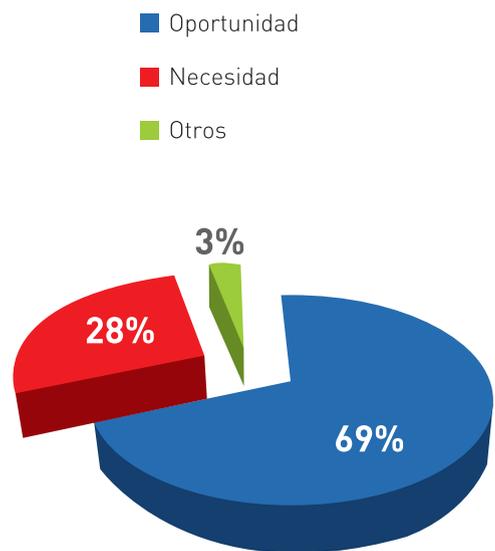
De estos resultados, los que emprenden motivados por la oportunidad lo que les incentiva es el incrementar sus ingresos con un 50%, seguido por tener mayor independencia con el 37%.

El sector de negocios de los emprendedores suelen ser el servicio al consumidor final con el 73%, a lo que se puede inferir que su enfoque está más orientado a los servicios que a la innovación de productos.

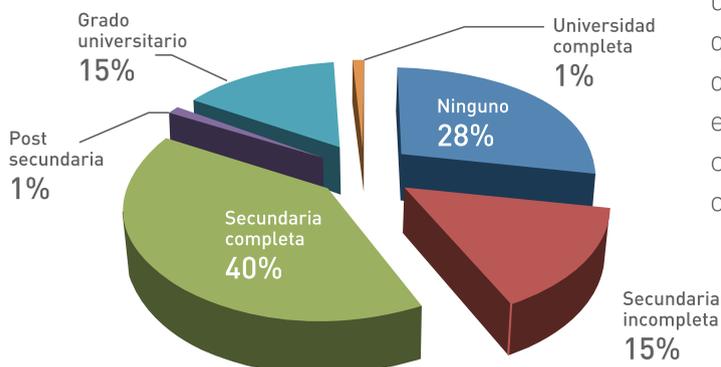
El 52% genera empleos de 1 a 5 personas y el 42% no genera ningún empleo; es decir que la actividad lo realiza solos.

En la categoría de rangos de edad el mayor porcentaje está entre los 25 y 34 años de edad con el 36%, seguido del rango de 35 y 44 años con el 23% y solo el 9% está en el rango de 55 a 64 años, lo que significa que en el país la juventud predomina.

Motivación para Emprender



Nivel de estudio de los emprendedores



En lo que respecta a la educación de los emprendedores en el Ecuador el 40% tienen culminado los estudios de educación secundaria, el 28% no tienen formación educativa, y apenas el 1% tienen formación universitaria, siendo una tarea de las universidades la generación de fuentes de empleo lo que al parecer esto no sucede por una pobre mentalidad desde los padres que dicen a sus hijos ve a la universidad, estudia mucho y busca un buen empleo, lo que al contrario debería ser estudia mucho y genera oportunidades de empleo.



EL 40% DE LOS EMPRENDEDORES HAN RECIBIDO O HAN TENIDO ALGUNA FORMACIÓN RELACIONADO CON EMPRENDIMIENTO

¿Qué factores favorecen el emprendimiento?

Los factores o estímulos que favorecen al desarrollo del emprendimiento son:

- Normas culturales y sociales
- Apertura del mercado
- Clima económico
- Educación y capacitación
- Acceso a infraestructura física
- Contexto político, institucional y social.
- Políticas de gobierno
- Educación y capacitación

¿Qué factores limitan el emprendimiento?

Los factores que limitan al emprendimiento son:

- Apoyo financiero
- Transferencia de I&D
- Características de la fuerza laboral
- Infraestructura comercial y profesional

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

Son varias las características que forman a un emprendedor de éxito, entre las más importantes podemos citar las siguientes:

Fuerza Vital.- Es la energía el coraje, la dedicación para sacar adelante sus ideas.

Deseo de Superación.- Es el principio del mejoramiento continuo, que busca llevar siempre el desarrollo personal y profesional.

Iniciativa.- Es la capacidad de anticipar, de hacer algo antes que otros lo realicen.

Buscar Oportunidades.- Es la capacidad de percibir tendencias y de prever lo que va a ocurrir.

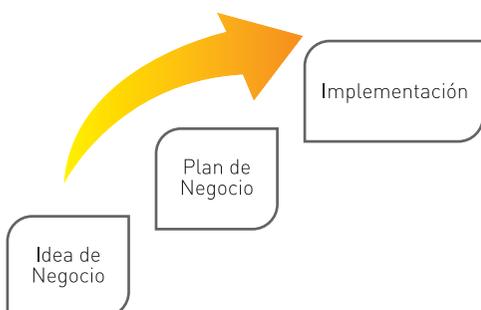
Adaptación al Cambio.- Es la capacidad de reaccionar en forma flexible, oportuna y acorde a los nuevos requerimientos que exige el mercado.

Autonomía.- Es la posibilidad de tomar sus propias decisiones y asumir la responsabilidad de los resultados logrados, sean ellos favorables o desfavorables.

Confianza.- Entendida como la actitud de creer en lo que uno sabe hacer, en sus destrezas, en su conocimiento, en su preparación.

Actitud Positiva.- Entendida como el optimismo, como visión de triunfo, como capacidad de ganar y salir adelante.

Etapas para Emprender



CONCLUSIONES

La motivación por oportunidad es la más alta en el Ecuador con el 69%.

Las prestaciones de servicios es la actividad económica más relevante de emprendimiento con el 73%.

La orientación de comercialización es doméstica o local, no existe o es nula la intención para la exportación.

Los rangos de edad están entre los 25 a los 44 años como los porcentajes más altos para iniciar un emprendimiento.

Los principales valores o características de emprendimiento a destacar son la mentalidad positiva, la perseverancia y la búsqueda de oportunidades.

Las características emprendedoras forman el carácter y es la motivación para iniciar un proyecto de emprendimiento.

Las etapas para emprender son tres: Generación de la Idea de Negocio, desarrollo del Plan de Negocio y la Implementación

REFERENCIAS

VARELA, Rodrigo, Innovación Empresarial, 2008, Editorial Person Netgrafía

[1]http://economia.elpais.com/economia/2012/02/03/actualidad/1328298455_934975.html

LA RELEVANCIA DE LA AUDITORÍA INTEGRAL EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL Y ESTATAL

Dra. Carla Acosta Mgs.

Resumen

Este artículo trata sobre la auditoría integral basada en el análisis de los sistemas de información financieros, de gestión, legal y de control interno así como la importancia de dejar la auditoría tradicional y dar paso a una interacción de conocimientos técnicos especializados con el único fin de frenar la corrupción, el fraude y contribuir a en la toma acertada de decisiones en las organizaciones.

Introducción

A medida que crece la economía de un país, crecen también los riesgos que llevan a diversos delitos económicos, como el lavado de activos, evasión tributaria, robo electrónico bancario y fraude. Existen procesos judiciales a empresas que en un tiempo muy corto y sin hacer los méritos empresariales correspondientes han llegado a tener muchos inmuebles, vehículos terrestres, acuáticos y aéreos; muchas sucursales a nivel nacional e internacional, volúmenes extraordinarios de mercaderías, es por esta razón que la auditoría integral es una herramienta eficaz contra el fraude y la corrupción.

Las nuevas tecnologías empresariales y las corrientes de la reingeniería y calidad total, han motivado a que la Auditoría incursione en nuevos enfoques logrando esto con la Auditoría Integral, la cual es utilizada como una herramienta que enfrenta las innovaciones gerenciales y administrativas garantizando la detección de desviaciones o deficiencias de la gestión administrativa referentes a la eficiencia en el uso de los recursos y logros de objetivos, así como la eficacia en los resultados, la economía en términos de proporcionalidad y su relación costo- beneficio.

Estados Unidos, la Unión Europea, Chile existen organismos auditores como la GAO (Government Accountability Office), ECA (European Club Association's), INTOSAI (The International Organisation of Supreme Audit Institutions), que se dedican a unir conocimientos a lo largo de la vida profesional que permiten desarrollar procedimientos más eficaces en la lucha a favor de la "Prevención y detección del fraude", contribuyendo a que estos fenómenos destructivos no puedan prosperar fácilmente con la aplicación de una auditoría integral basada en hechos, sin parcialidad, sin ideología, justa y balanceada.



MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación utilizados son el deductivo y el método mental, racional o lógico que descompone un juicio o raciocinio en elementos o partes basado en la observación desarrollado durante más de 15 años en el campo de la auditoría.

La importancia de la auditoría integral se destaca por prestar un mejor servicio a las necesidades de la alta Gerencia y al mismo tiempo responde a los Organismos de control regulados por el Estado.

La integración de estos cuatro tipos de auditoría implica el examen a realizar sobre cuatro grandes sistemas de información de la organización: sistema de información financiera, sistema de información de gestión, sistema de información legal y sistema de control interno.

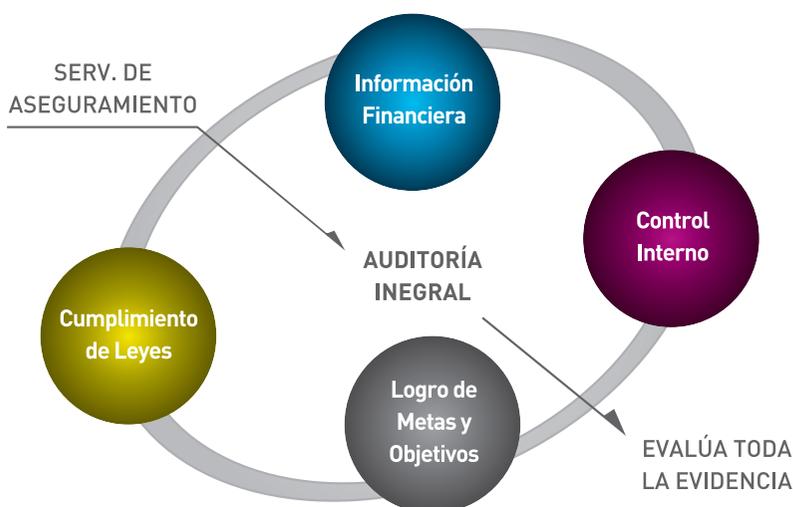
El principio fundamental de la auditoría integral es definir el servicio de auditoría de estados financieros además del informe o dictamen sobre éstos, debe incluir conclusiones adicionales sobre el cumplimiento de leyes, regulaciones, control interno, desempeño de la administración en el cumplimiento de los objetivos y planes de gestión.

En Estados Unidos, la Unión Europea, Chile existen organismos auditores como la GAO (Government Accountability Office), ECA (European Club Association's), INTOSAI (The International Organisation of Supreme Audit Institutions), que se dedican a unir conocimientos a lo largo de la vida profesional que permiten desarrollar procedimientos más eficaces en la lucha a favor de la "Prevención y detección del fraude", contribuyendo a que estos fenómenos destructivos no puedan prosperar fácilmente con la aplicación de una auditoría integral basada en hechos, sin parcialidad, sin ideología, justa y balanceada.

La auditoría integral se ha desarrollado en los países industrializados, especialmente en Canadá, teniendo una gran aplicación en el ámbito del control gubernamental.

La auditoría integral se basa en una auditoría completa de estados financieros, ejecutado por un contador profesional, el cual debe incluir evaluaciones de control interno, cumplimiento de leyes y del desempeño de la administración.

En sí la auditoría integral no es más que la interacción de la auditoría financiera con la auditoría de gestión, auditoría de cumplimiento y la auditoría de control interno.



Por tanto la Auditoría Integral se define como el examen crítico, sistemático y detallado de los sistemas de información financiero, de gestión, legal y de control interno de una organización, realizado con independencia y utilizando técnicas específicas, con el propósito de emitir un informe profesional sobre la razonabilidad de la información financiera, la eficacia, eficiencia y economicidad en el manejo de los recursos, el apego de las operaciones económicas a las normas contables, administrativas y legales que le son aplicables para la toma de decisiones que permitan mejorar la productividad.

La finalidad de la Auditoría Integral es ayudar a la dirección de una organización a mejorar las operaciones, actividades en término de eficiencia en el uso de los recursos y el logro de objetivos operativos mediante la proposición de alternativas de solución, saneamiento de posibles deficiencias en control interno, así como contables y financieras con el fin de tomar acciones de control.

Las auditorías diferentes a la integral, no tienen mecanismos para que el auditor independiente en el ejercicio profesional pueda verificar la economía, eficiencia, eficacia y transparencia de la gestión institucional; así como para identificar, errores, fraudes, actos ilegales, malversación y en general otros actos que podrían vincularse directamente con la corrupción.

Con la aplicación de la Auditoría Integral el auditor se concreta a buscar hechos. Su procedimiento es él diagnóstico, y el producto final de su labor, es la elaboración de un INFORME a la Gerencia, indicando aquellos factores importantes de problemas o áreas que puedan estar obstaculizando la maximización de objetivos de la organización.

A lo largo de la vida profesional nos hemos desempeñado en entidades públicas como privadas en el campo de la auditoría detectando vacíos legales que obstaculizan el trabajo del auditor, ya que lamentablemente al no contar con una ley, reglamento o norma, las observaciones que hace el auditor carece de un fundamento legal para sustentar los hallazgos detectados que en muchas ocasiones haría cambiar la opinión del Informe de Auditoría.

Por esta razón se debería considerar la participación de auditores calificados que se encuentren ejerciendo la profesión en la elaboración de nuevas leyes y reglamentos con la finalidad de cerrarle puertas al fraude, la corrupción así como generar credibilidad a la información financiera, y aportar significativamente en la toma acertada de decisiones organizacionales.



CONCLUSIONES

En países como Estados Unidos, la Unión Europea y Chile unen conocimientos que les permiten contribuir a efectuar auditorías con verdaderos resultados.

La Auditoría Integral no es la suma de auditorías sino es la interacción entre los sistemas de información financiera, de gestión, legal y de control interno.

La auditoría tradicional no brinda resultados óptimos que ayuden a la toma de decisiones ni frenen la corrupción y el fraude.

La legislación ecuatoriana debería considerar la experiencia del trabajo de auditores profesionales para la conformación de leyes, reglamentos y normas que rigen la economía del país.

REFERENCIAS

- Yanel Blanco Luna (2009), Normas y procedimientos de la Auditoría Integral.
- Subía Guerra Jaime (2011), Módulo Marco conceptual de la Auditoría Integral.
- Auditoría y Control Interno:
www.Gestiopolis.com/dirg/fin/auditoria.htm
www.neticoop.org.uy/article173.html
- Auditoría pública, www.auditoriapublica.com

INDICADORES DE GESTIÓN HOTELERA

Econ. Alisva Cárdenas Pérez
Lic. Ismael Guanoluisa

Resumen

Este estudio tiene como base la investigación directa por medio de entrevistas a los Gerentes Hoteleros del Cantón Latacunga y bibliográfica sobre gerencia hotelera, control de gestión y modelos para la construcción de indicadores, mismos que son fundamentales en las empresas de alojamiento.

Los índices generados responden a la eficiencia, calidad y oportunidad como criterios cuya evaluación es factible. Los modelos diseñados en este estudio no pretenden otorgar una camisa de fuerza a los establecimientos hoteleros para que realicen su Gestión Hotelera, sino ser una herramienta que ayude a una mejor Planificación y otorguen las luces adecuadas dentro del sector para a largo plazo lograr captar una mayor demanda y alcanzar los niveles de satisfacción hoteleros más altos en la Región Sur de América Latina.

Introducción

A finales del siglo XX un cliente más selectivo y un mercado cada vez más competitivo, desplazaron los costos como punto focal de la gestión para dar paso al valor, en el cual se incluye la calidad, la diversidad de productos, disponibilidad, etc.

Además, la incertidumbre generada por el entorno, donde el cambio es la constante, exige nuevas formas de adaptación para superar las restricciones que afectan el logro de los objetivos. Estas tres fuerzas (clientes, competencia y cambio), como las definen Hammer y Champy (1996), son las que en definitiva han perfilado las nuevas maneras de organizar el trabajo y gerenciar las empresas.

Los sistemas de control surgen como herramientas para proporcionar información que permita enfrentar a las exigencias del entorno y a la presión competitiva mundial, las cuales convierten en inoperante al modelo tradicional de gestión y lo obligan a evolucionar para dar respuesta a los cambios en la producción, el mercado, la tecnología, las políticas públicas, entre otros.

Además del control presupuestario de desviaciones, otro instrumento para el diagnóstico de la gestión hotelera son los índices financieros tradicionales, los cuales permiten detectar problemas relativos a una estructura financiera deficiente y una rentabilidad insuficiente. Si bien los indicadores financieros suministran información que puede ser imprescindible y de gran relevancia para la toma de decisiones, al centrarse en ellos se pueden ignorar los aspectos cuantificables en términos no financieros (Amat Salas, 1995, p. 95).

Por ello es importante formular nuevos indicadores que ayuden a analizar la Gestión Hotelera desde algunos ámbitos que no dejan de ser menos importantes como: la ocupación hotelera, las reservas que se realizan a diario en los centros hoteleros, los ingresos percibidos y otros relacionados con los clientes que nos dan idea de las tradiciones y costumbres que tienen los visitantes; también es importante estudiar el Talento Humano con el que se opera puesto que de la satisfacción que ellos poseen con la institución depende en muchas ocasiones la satisfacción del cliente.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN UTILIZADO

Por medio de la técnica de la entrevista, en las siguientes secciones se presentan los indicadores utilizados en cada una de las gerencias de las empresas de Alojamiento de máxima categoría, tomando como referencia al Cantón Latacunga, así como se introduce indicadores adicionales propuestos para garantizar un control de gestión eficaz en función del éxito organizacional.

1. INDICADORES DE GESTIÓN

1.1 Gerencia de Mercadeo y Ventas

TABLA N°1 INDICADORES DE MERCADEO Y VENTAS		
No.	INDICADOR	FORMA DE MEDIACIÓN
1.	Número de habitaciones vendidas a GRUPOS.	Anual
2.	Número de habitaciones vendidas a GRUPOS para Eventos.	Por temporada
3.	Número de habitaciones vendidas a GRUPOS para Convenciones o Congresos.	Por temporada
4.	Análisis de la oferta de tarifas especiales.	Por temporada
5.	Número de contratos o convenios empresariales logrados.	Por temporada
6.	Participación de un canal de distribución (densidad).	Semestral
7.	Costo del canal de distribución más utilizado.	Semestral
8.	Porcentaje de Ahorro generado.	Semestral

Elaboración: Alisva Cárdenas
Fuente: Entrevistas

La Gerencia de Mercadeo y Ventas se encarga de ofrecer los diferentes servicios prestados por el establecimiento hotelero para lo cual, entre otros aspectos, crea paquetes o tarifas especiales para efectos promocionales y organiza un directorio de clientes actuales y potenciales a fin de enviarles información relativa a los servicios.

Para ello los indicadores de mercadeo y Ventas se han resumido así:

A modo de ejemplo, la Hostería "Cuello de Luna" se guarda el derecho de identificar y segmentar su mercado con base en un criterio propio, dirigiendo sus productos a los segmentos de mercado establecidos por la Gerencia como parte de sus estándares; así, dada la localización de la hostería y el tipo de mercado en el que se encuentra, el mercadeo y ventas está dirigido a la captación de grupos de extranjeros de más de 10 habitaciones.

En los establecimientos hoteleros encuestados el trabajo de la gerencia se concentra en la publicidad y promoción, el mercadeo y venta de habitaciones, y las relaciones públicas. Para ello disponen de un plan de mercadeo, el cual se diseña a partir de la información suministrada por indicadores generados por la administración encargada del control operativo de las habitaciones (Gerencia de Habitaciones o Gerencia de Recepción en el caso de que estas dependencias existan).

Una herramienta directa para obtener indicadores de Mercadeo y Ventas es la tarjeta de ingreso del huésped, de esta forma se puede examinar el porcentaje de ocupación por tipo de habitación, por tarifa, por segmento de mercado, por nacionalidad, por procedencia, por motivo de visita, donde resaltan el ingreso por tipo de tarifa y por noches ocupadas, así como lo que produce cada cliente en términos del número de noches vendidas en el período. Con base en esa información el hotel puede diseñar nuevos planes y tarifas y, por ende, la publicidad y promoción requerida.

Si bien los esfuerzos de la gerencia de mercadeo y ventas se reflejan en los niveles de ocupación obtenidos, es posible evaluar su gestión a través de algunos parámetros resumidos así:

TABLA N° 2 INDICADORES DE POSICIONAMIENTO DEL HOTEL EN EL MERCADO		
1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> Número de competidores directos en la zona de influencia Medición anual 	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de ingresos por tarifa especial Medición mensual 	<ul style="list-style-type: none"> Costo promedio del mercadeo de habitaciones Medición mensual

Elaboración: Alisva Cárdenas
Fuente: Entrevistas

1.2 Indicadores vinculados a la ocupación hotelera y a las reservas

TABLA N° 3 INDICADORES DE OCUPACIÓN HOTELERA	
1. Coeficiente de ocupación = $\frac{\text{Número de habitaciones ocupadas}}{\text{Número de habitaciones disponibles}}$.	anual
2. Coeficiente de doble ocupación. Precio base por habitación doble.	anual
3. Número medio de clientes totales por habitación = $\frac{\text{Número total de clientes}}{\text{Número de habitaciones ocupadas}}$.	anual
4. Número medio de niños por habitación anual = $\frac{\text{Número total de niños alojados}}{\text{Número de habitaciones ocupadas}}$.	anual

Con la finalidad de poder medir los índices de ocupación hotelera, se han establecido algunos indicadores que podrían ayudar en la elaboración de estrategias o cuadros de mando integrales dentro del sector tales como se muestran en las tablas N° 3 y N° 4.

El Departamento de Call Center y reservas cumple una función muy importante dentro de las estadísticas hoteleras, específicamente en aquellos datos que sirven como referente para planificación de ausentismo en temporadas altas a fin de evitar pérdidas de ingresos:

TABLA N° 4 INDICADORES DE RESERVAS DE HOSPEDAJE	
1. Reservas por período.: Información diaria de la ocupación y precio medio, comparada con el mismo período del año anterior y con el presupuesto. Permitirá identificar la variación y tendencias a corto plazo.	anual
2. Reservas rechazadas por período. Demanda no atendida en el corto plazo.	anual



Elaboración: Alisva Cárdenas
Fuente: Entrevistas

1.3 Indicadores vinculados a la estancia de los clientes

La duración del hospedaje realizado por los huéspedes, es importante tanto para los cruces de información contable como para datos relacionados con el MINTUR, es así que en las encuestas realizadas a los Gerentes Hoteleros, el Hotel RODELÙ destacó algunos indicadores que son factibles de calcular de acuerdo al software hotelero CIFA:

TABLA N°5	
INDICADORES DE DURACIÓN DE ESTANCIA	
1. Promedio diario de estancia (ADR). Total ingresos de venta de habitaciones entre el número de habitaciones vendidas durante un período (día, mes, año). El ADR equivale a la tarifa de habitación vendida, representa una medida de la "clase de hotel", una clasificación del sector.	anual
2. Duración de la estancia media. Número de estancias vendidas entre el número total de entradas	anual
3. Número de entradas, salidas y no-shows (no se presentan el día de la reserva)	mensual

Elaboración: Alisva Cárdenas
Fuente: Entrevistas



1.4 Indicadores vinculados a los ingresos del establecimiento

Es necesario contar con indicadores que permitan proyectar los ingresos posibles en periodos anuales con fines de facilitar el endeudamiento financiero privado en caso de necesitarlo:

TABLA N°6	
INDICADORES DE INGRESOS DEL ESTABLECIMIENTO	
1. Ingreso total por habitación ocupada (RevPor, revenue per occupied room)= Total ingresos del hotel entre número de habitaciones ocupadas.	anual
2. Ingresos totales por habitación disponible (RevPar)= Total ingresos del hotel entre el anual número de habitaciones disponibles.	anual

Elaboración: Alisva Cárdenas
Fuente: Entrevistas

1.5 Indicadores relacionados con los clientes

Los clientes son la razón de ser en cualquier empresa, por ello los indicadores más importantes se encuentran relacionados con el nivel de satisfacción que reciben de los servicios otorgados por la empresa hotelera.

Considerando esto, algunas empresas hoteleras encuestadas, como el caso de la Hacienda “San Agustín de Callo”, tienen como una política de la empresa contar con encuestas diarias de satisfacción del cliente, mismas que se encuentran a disposición de cada huésped en los veladores de sus habitaciones con el fin de conocer la percepción de los servicios ofertados y las posibles sugerencias.

TABLA N°7

INDICADORES RELACIONADOS A LOS CLIENTES

1. Análisis de la satisfacción del cliente. Conocer la valoración que el cliente le da a los diario servicios hoteleros.
2. Análisis de la procedencia del cliente. Al realizar el registro o mediante encuestas, será de diario mucha utilidad obtener información que motivaron la elección del hotel (residencia, medio de transporte utilizado, etc.).

Elaboración: Alisva Cárdenas

Fuente: Entrevistas

CONCLUSIÓN

En los establecimientos hoteleros, así como en cualquier organización, el control de gestión se vale de diferentes herramientas, entre ellas los sistemas de indicadores, para dar seguimiento a la estrategia. Estos índices financieros y no financieros han de proporcionar la información necesaria para la toma de decisiones en los distintos niveles gerenciales.

REFERENCIAS

Amat Salas, Joan (1995) La Contabilidad de Gestión a través de los Indicadores de Control. Diario Cinco Días. 19 de Septiembre de 1995.

<http://www.observatorio-iberoamericano.org/paises>

Indicadores Integrales de Gestión. McGraw-Hill Interamericana S.A. Colombia

Ramírez Cavassa, César (1995) Hoteles: Gerencia, Seguridad y Mantenimiento. 2ª Edición. Editorial Trillas, S.A. México.

MATRIZ GENERAL ELECTRIC: UN MÉTODO TÉCNICO Y CUANTITATIVO PARA EL ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LAS UNIDADES ESTRATEGICAS DE NEGOCIOS

Ing. Carla Cevallos Mgs.

RESUMEN

La Matriz General Electric, que fue desarrollada para analizar la situación estratégica de esta empresa estadounidense, ha sido utilizada por muchas empresas que necesitan conocer la situación competitiva de sus negocios, o adoptar estrategias de crecimiento, de equilibrio - permanencia o liquidación de los mismos, básicamente constituye una matriz compuesta por nueve celdas, construida en base a dos dimensiones: la Fortaleza de la Unidad Estratégica de Negocio que se va a analizar; y el Atractivo del Mercado de la Industria. Constituye una técnica fácil de utilizar y que permite obtener una mayor amplitud de análisis y generación de posibles estrategias, que permitan a las empresas ser competitivas en el mercado.



INTRODUCCIÓN

En la actualidad muchas empresas, que tienen una diversidad de UEN (Unidades Estratégicas de Negocios), necesitan de instrumentos o herramientas que les permitan evaluar que tan competitivas son estas, para adoptar estrategias con respecto a dichas unidades y asignar de manera correcta los recursos.

Con la creación de la Matriz General Electric, conocida también como: Matriz de Atractivo del Mercado-Posición Competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios, las empresas actuales especialmente aquellas que trabajan con un enfoque de mercado, pueden contar con una herramienta para el análisis estratégico de su portafolio de negocios, y de la situación competitiva que tienen en el mercado frente a sus rivales.

DESARROLLO

MATRIZ GENERAL ELECTRIC

Conocida en los años sesenta como Matriz tres por tres, debido a que tiene nueve cuadrantes. Hoy en día se la conoce como Matriz General Electric, debido a que esta empresa fue quien solicitó un estudio de sus unidades estratégicas de negocios a la consultora: McKinsey, y debido a que dicha consultora fue la que la desarrolló también se la conoce como Matriz McKinsey.

En el año setenta la empresa General Electric, contaba con 150 unidades estratégicas de análisis, y solicita a la consultora McKinsey que le asesore en la evaluación de estas unidades estratégicas, para decidir en cuáles debe invertir, en cuáles debía mantenerse, y cuáles debía liquidar y así poder configurar su cartera de negocios.¹

Esta herramienta consiste en una matriz de nueve celdas, con dos ejes: el de las ordenadas (vertical), en el cual se representa el atractivo del mercado o industria (bajo- medio-alto); y el eje de las abscisas (horizontal) en el cual van las fortalezas relativas a la unidad de negocios (fuerte- promedio-débil). Como se puede observar en la matriz del Gráfico 1 (esquema simplificado con respecto al original).

Para la elaboración de la matriz, en lo que se refiere a las fortalezas del negocio o de las unidades estratégicas de negocios, se puede incluir los siguientes factores:

- Participación relativa del mercado.
- Crecimiento de la participación en el mercado.
- Competitividad de precios.
- Canales de distribución.
- Capacidad de los proveedores.
- Capacidad gerencial
- Fortalezas y debilidades la UEN
- Calidad del producto.
- Conocimiento del mercado y los clientes.
- Eficacia en las ventas.
- Ventajas geográficas

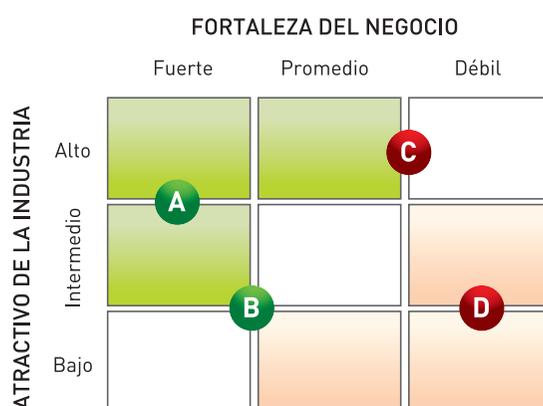
Cada uno de estos factores deben ser valorados, mediante una tabla que contiene tres columnas: factor, peso, calificación, valor.

En la columna del factor se ubica el factor a ser evaluado; en el peso se debe asignar un peso ponderado a cada factor (0.01, 0.02, 0.03, 0.04, 0.05,...), la suma de estos pesos tienen que dar uno.

Posteriormente se debe calificar cada factor usando una escala de 1 a 5 (1 para muy poco atractivo y 5 para muy atractivo en el caso de los factores del atractivo de la industria o del mercado; y para las fortalezas del negocio, 1 si es débil y 5 si es fuerte).

Y en la última columna va la multiplicación del peso por la calificación de cada factor, y se obtiene la sumatoria total esta columna la misma que se grafica en la matriz; se debe hallar esta suma tanto para los factores de atractivo de l industria, como para las fortalezas del negocio.

GRAFICO 1
CASO DE LA CÍA KRAF (INDUSTRIA DE ALIMENTOS)



En el gráfico se puede observar tres zonas:

1. Los cuadros de color verde que están ubicados en la parte superior izquierda, en donde está localizada la UEN A, la cual está catalogada como fuerte, en esta unidad la empresa debe invertir y desarrollar.
2. Los cuadros blancos que forman una diagonal en el centro del gráfico, donde están ubicadas las unidades estratégicas de negocios B y C, que tienen un atractivo regular, en las cuales la empresa debe mantener su inversión.
3. Los cuadros de color anaranjado, en donde se puede observar a la unidad estratégica de negocio D, que tiene poco atractivo y es débil, entonces la empresa debería tomar la decisión de deshacerse de ella o liquidarla.

Se puede apreciar en el gráfico que los tamaños de los círculos de las unidades estratégicas de negocios también varían de acuerdo a la proporción del mercado en el cual compiten; en el ejemplo de Kraf la unidad estratégica de negocio A representa una participación de 75% en un mercado de buen tamaño; B representa una participación del 50%; y C y D tienen una participación más baja y débil.

En este ejemplo de la empresa KRAF se ha utilizado la Matriz General Electric para valorar varias UEN, de su portafolio de productos, sin embargo esta también puede ser utilizada para valorar a la totalidad de una empresa.

Pasos para elaborar la Matriz General Electric para cualquier empresa o institución

Hasta aquí en el presente artículo se ha hecho una descripción general de los aspectos más relevantes de la Matriz General Electric, a continuación se va a establecer los pasos que son necesarios para obtenerla y utilizarla en la evaluación estratégica de las actividades o UEN de las empresas.

1. Identificar los factores que son más decisivos para la empresa, institución o para la UEN, es decir aquellos que constituyen las fortalezas del negocio y los atractivos de la industria o del sector. (también se puede hacer con las fortalezas y debilidades de una empresa que corresponden al ámbito interno; y las oportunidades y amenazas de su ámbito externo).
2. El paso siguiente es elaborar la tabla de valoración, ponderando cada factor, en razón de la importancia percibida respecto a los demás factores, la suma de las ponderaciones o pesos debe ser igual a 1.
3. A continuación se debe dar una calificación sobre una escala de 1 a 5, (1 para muy poco atractivo y 5 para muy atractivo en el caso de los factores del atractivo de la industria o del mercado; y para las fortalezas del negocio, 1 si es débil y 5 si es fuerte).
4. Obtener el producto entre la ponderación y la calificación; y sumar el resultado del producto entre la ponderación y calificación de cada factor.
5. Los resultados obtenidos de la tabla de valoración, permiten ubicar a la empresa o negocio en una de las nueve celdas de la matriz. La sumatoria del producto (ponderación por calificación) de los factores que corresponden a las fortalezas del negocio o factores internos de la empresa se ubica en el eje x; y la sumatoria del producto (ponderación por calificación) de los factores que corresponden a los atractivos de la industria o factores externos del negocio, empresa se ubica en el eje y.
6. Dependiendo de la ubicación que haya tenido la empresa, negocio o UEN en la matriz, los directivos pueden formular estrategias para crecer, mantener o evitar salir del mercado. Las organizaciones que caen en las celdas de color verde pueden ser catalogadas como fuertes y en las que se puede invertir y desarrollar; las empresas que se ubican en la diagonal del centro, o cuadros de color blanco tienen un nivel intermedio, y deberían mantenerse y mejorar; y las que caen en las celdas de color anaranjado, son aquellas que se catalogan de débiles, en la que hay que tomar medidas drásticas o la decisión de liquidarlas.

Ejemplo de la elaboración de una Matriz General Electric. ³

1. Identificación de los factores más importantes de la empresa, negocio o UEN:

Supongamos que los factores para una empresa x, que corresponde al Atractivo del Mercado o de la Industria son:

- Tamaño del mercado
- Crecimiento del Mercado
- Rentabilidad de la Industria.

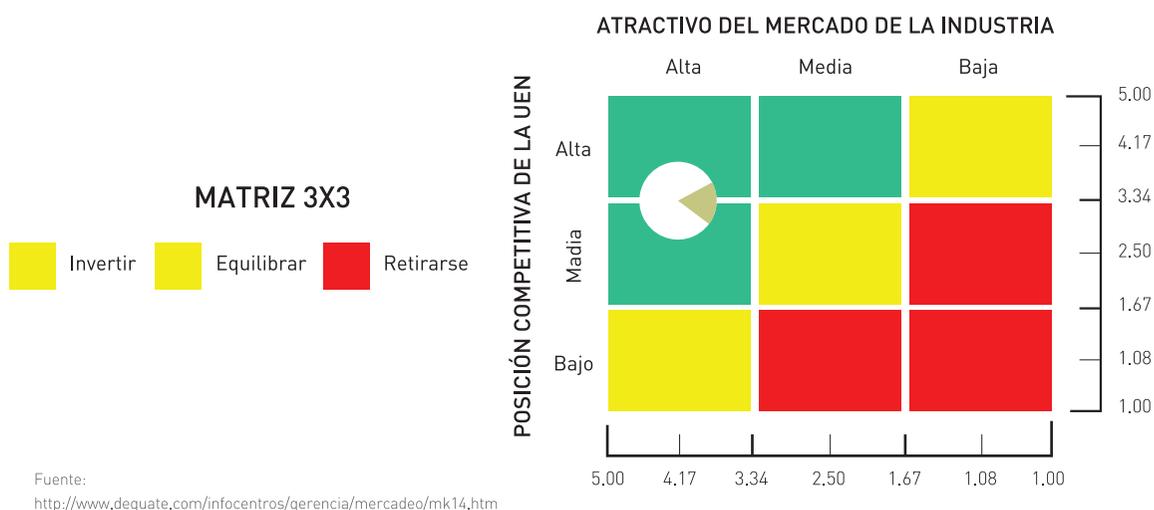
Y los factores de la Posición Competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios son:

- Canales de distribución
- Calidad del producto o servicio.
- Imagen de la marca
- Nivel tecnológico.

2. Elaboración de la tabla de valoración y ponderación o establecer el peso de cada factor.
3. Calificación de cada factor.
4. Multiplicación del peso por la calificación de cada factor.
5. Ubicación de los resultados, en la matriz. Se debe marcar dentro de los cuadrantes de la matriz un punto que representa la intersección de los valores totales obtenidos de las tablas de valoración (eje y, posición competitiva de la UEN: 3,30. Eje x, Atractivo del mercado de la Industria: 4,25). Alrededor de éste punto se dibuja un círculo que representa el mercado de la industria donde compete la UEN.

Al área de éste círculo se le dará un tamaño relativo, en comparación con el tamaño de los mercados de las otras UEN's representadas en la matriz, que exprese la relevancia de ese mercado.

Luego, se trazará dentro de cada círculo, un triángulo sombreado que represente la participación de mercado de la UEN dentro del mercado de su industria.



6. Análisis de la ubicación de la UEN en la matriz, formulación de estrategias.

Dependiendo de donde la UEN quede ubicada dentro de la matriz, la empresa debe invertir/crecer, mantener una posición de equilibrio entre la generación y el uso de fondos, o retirarse.

CONCLUSIÓN

La Matriz General Electric, conocida como Matriz de Atractivo del Mercado-Posición Competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios, o Matriz McKinsey, se utiliza como una técnica que contribuye y completa el diagnóstico y análisis FODA, que realizan las empresas para determinar la situación estratégica de su organización, en lo referente a sus factores internos y externos; y en las empresas que cuentan con UEN, les ayuda a evaluar la asignación óptima de los recursos que deben destinar a cada unidad.

Ha sido diseñada o concebida de acuerdo a la curva de experiencia, es decir que la persona que elabore la matriz debe ser un profesional con la experiencia suficiente, y con el conocimiento adecuado para establecer los factores a evaluarse, así como también para establecer los pesos y calificaciones adecuadas y coherentes con la realidad de la empresa o de la UEN que se vaya a analizar.

REFERENCIAS

- http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_de_Mckinsey
- <http://www.dequate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk14.htm>
- <http://www.dequate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk14.htm>

INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES VS. HERRAMIENTA PARA LA TOMA DE DECISIONES

Ing. Byron Cocha Mgs.
Ing. Xavier Fabara Mgs

Resumen

La Investigación de Operaciones es una herramienta para la toma de decisiones que tiene su aplicación en todo tipo de empresas, de producción, de servicio, etc.

Introducción

La Investigación de Operaciones es utilizada en la mayor cantidad de empresas de todo tipo; para determinar la producción óptima, calcular la mayor utilidad o maximizar las utilidades, reducir los costos de producción o minimizar los costos de producción, evitar los desperdicios, utilización correcta de los recursos en fin casi para todo.

Desarrollo

La Investigación de Operaciones aparece como una estrategia militar durante la Segunda Guerra Mundial, en Inglaterra, en donde se encomendó a un grupo de científicos ingleses (matemáticos, físicos, filósofos, químicos, etc.) la toma de decisiones acerca de la mejor utilización de materiales bélicos. Al terminar la guerra, las ideas formuladas en operaciones militares primeramente navales y luego terrestres fueron adaptadas para mejorar la eficiencia y la productividad en el sector civil, especialmente en las empresas de producción o de transformación de la materia prima en productos terminados.

La Escuela Politécnica del Ejército, a través del Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio y su Carrera de Ingeniería Comercial le da mucha importancia a la Investigación de Operaciones y decide cambiar el nombre de ésta asignatura a la de Herramienta Para la Toma de Decisiones; y por qué de este nombre?, porque es una verdadera herramienta para todos los negocios, empresas, industrias, organizaciones de todo tipo, etc., en general para todas las personas que están al frente de una organización o institución nos permite tomar decisiones a través de los resultados obtenidos (números) en función de las disponibilidades o recursos que se posee.

Como uno de los principios filosóficos de la ESPE dice "La universidad es dialéctica, formativa, investigativa, humanista, integral, científica, técnica y cultural; en donde se conjuga coherentemente el pensamiento y la acción, en busca de la trascendencia del hombre", es por eso que la Escuela ha incorporado como una asignatura a casi todas las carreras que se ofertan al conglomerado deseoso de ser parte de nuestra alma mater.



Un elemento principal de esta herramienta es la transformación de la literatura en un modelo matemático. Aunque la solución del modelo matemático establece una base para tomar una decisión, se deben tener en cuenta factores intangibles o no cuantificables, por ejemplo el comportamiento humano, para poder llegar a una decisión final. Siendo una herramienta para la toma de decisiones en los negocios, empresas, instituciones, organizaciones etc., de todo tipo, mantiene el enfoque en la aplicación de los modelos matemáticos, es decir se hace hincapié en la construcción de modelos y en las aplicaciones computacionales de modo que la persona que hace uso de esta herramienta pueda apreciar la forma en que dichos modelos se utilizan en las empresas actualmente.

Como el complemento de esta herramienta es el computador con la utilización de diferentes software como: TORA, QM Wins 32, LINGO, INVOP, EXCEL QM, EXCEL, etc., los mismos que nos proporcionan los resultados con facilidad y coherencia, de ahí la habilidad y el conocimiento del usuario para tomar decisiones.

La siguiente figura de Excel es una muestra de la utilización de esta herramienta informática en la investigación de operaciones mediante tablas dinámicas y filtros directos.

En definitiva la Investigación de Operaciones es el enfoque científico para la toma de decisiones administrativas. Los caprichos, emociones y conjeturas no forman parte de él. El enfoque comienza con los datos. Por ejemplo tomemos la materia prima en una fábrica, los datos son manipulados o transformados en información valiosa para las personas que toman decisiones. Este proceso y manipulación de datos en bruto y su transformación en información significativa es el corazón de la Investigación de Operaciones.

CONCLUSIÓN

La utilización de esta herramienta es muy sencilla, el objetivo principal es formular el modelo matemático en función de las disponibilidades de la empresa y con la ayuda de los diferentes programas (software) obtenemos inmediatamente los resultados numéricos, los mismos que servirán de base para el dueño, administrador, gerente, etc., tome las decisiones que crea convenientes.

REFERENCIAS

- Hamdy Taha. Investigación de Operaciones,
- Eppen. G. D., Investigación de Operaciones en la Ciencia Administrativa.

CULTURA Y PRÁCTICA BURSÁTIL PARA EL FINANCIAMIENTO EN EL SECTOR EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

Econ. Francisco Caicedo MBA.
Ing. Diana Quintana

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo principal, determinar el nivel de conocimiento y práctica que existe en las empresas de la Provincia de Cotopaxi acerca de los mecanismos de financiamiento bursátil como son: la emisión de acciones, la emisión de obligaciones y titularización.

Introducción

El crecimiento de las empresas ha impulsado a las mismas a buscar nuevas alternativas de financiamiento que les ofrezcan mayores beneficios como: bajos costos y mayor flexibilidad en lo que se refiere a plazos, lo cual ha llevado a algunas a incursionar en las operaciones bursátiles, mientras que la gran mayoría aún sigue considerando únicamente las fuentes de financiamiento bancario, principalmente por el desconocimiento de los mecanismos de financiamiento bursátil.

Uno de los problemas que enfrenta el Mercado de Valores en el Ecuador es el desconocimiento de las empresas sobre los mecanismos y alternativas de financiamiento que ofrece a través de las Bolsas de Valores, Casas de Valores y otras entidades que brindan servicios auxiliares para su consecución.

Lo anterior permite vislumbrar uno de los obstáculos más grandes para el desarrollo del Mercado de Valores del país, constituyéndose a la vez en un limitante para el crecimiento de las empresas.

Por lo expuesto resulta necesario que se difundan las ventajas que ofrece éste mercado para el financiamiento de las mismas.

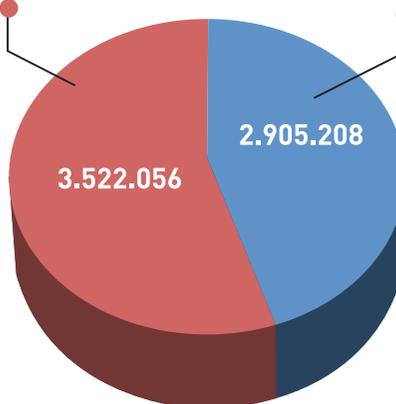


Gráfico 1

Las bolsas de valores de Quito y Guayaquil participan en similar proporción en las negociaciones de títulos valores que se realizan a nivel nacional

BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL (55%)

BOLSA DE VALORES DE QUITO (45%)



Los de mayor acogida son los de renta fija.

Lo que se busca es la capitalización empresarial

Fuente: Boletín mensual de la Bolsa de Valores de Quito. Elaborado por: Diana Quintana Yáñez

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN UTILIZADO

La presente investigación se realizó a través de la aplicación de encuestas a los gerentes y jefes financieros de una muestra determinada de 32 empresas de la Provincia de Cotopaxi. Para la población objetivo se consideraron las empresas medianas y grandes activas que se encuentran inscritas en la Superintendencia de Compañías.

Se acudió a las instalaciones de cada una de las empresas con la respectiva encuesta y adjunta la solicitud de la ESPE para acceder a una entrevista con el gerente o jefe financiero con el fin de recabar la información requerida para la presente investigación.

EL MERCADO DE VALORES

El mercado de valores es un segmento del mercado financiero que utilizando los mecanismos previstos en la Ley de Mercado de Valores, facilita desvincular a los intermediarios financieros (bancos) y, contactar directamente a los superávits monetarios con los deficitarios.

OPCIONES DE FINANCIAMIENTO EMPRESARIAL

Las empresas pueden financiar sus actividades en condiciones preestablecidas conjuntamente con las Casas de Valores; sus montos, plazos y tasas de interés más convenientes de acuerdo a su necesidad y realidad económica; a diferencia del financiamiento tradicional ya que las condiciones debe sujetarse a las ofertadas por el sistema financiero.

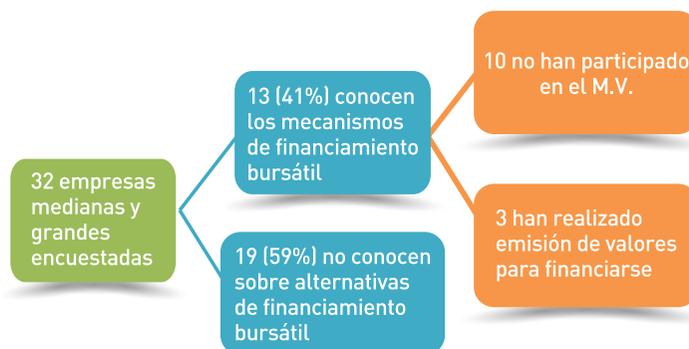


El mercado bursátil permite a las empresas que requieren capital, emitir títulos valores para captar dichos recursos con el fin de llevar a cabo nuevos proyectos o ampliar sus operaciones, utilizando:

- El activo a través de titularizaciones.
- El pasivo con la emisión de obligaciones y,
- El patrimonio por medio de emisión de acciones.

Nivel de conocimiento de los mecanismos de financiamiento bursátil en la Provincia de Cotopaxi

Fuente: Aplicación de encuestas.
Elaboración: Diana Quintana Y.

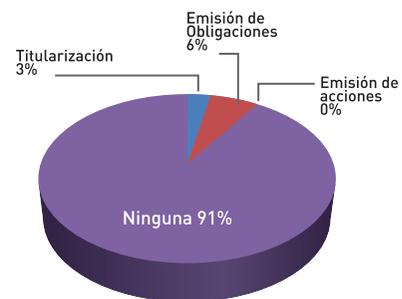


Con la información obtenida de las encuestas aplicadas a las 32 empresas medianas y pequeñas de la Provincia de Cotopaxi sobre la cultura y práctica bursátil para el financiamiento de este sector se obtuvieron los siguientes resultados:

En lo referente a la cultura bursátil en nuestra provincia se evidencia un desconocimiento de las opciones de financiamiento a través de las Bolsas de Valores. De las 32 empresas encuestadas apenas 3 han utilizado el financiamiento bursátil para llevar a cabo sus proyectos.

La mayoría de las empresas objeto de análisis no han incursionado en este mercado principalmente por dos razones que son: el desconocimiento del proceso (25%) y debido a que consideran no ha existido la necesidad (25%); seguidas por la inestabilidad política – económica del país (15%) entre otras que representan un menor porcentaje.

TIPO DE ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO BURSÁTIL UTILIZADA POR LAS EMPRESAS



Fuente: Aplicación de encuestas.
Elaboración: Diana Quintana Y.

Ventajas del Mercado de Valores para las empresas que optaron por el financiamiento bursátil

Del total de empresas encuestadas solamente 3 se financian a través de la Bolsa de Valores y representan el 9%, 2 lo hacen a través de emisión de obligaciones y 1 utiliza la titularización, mientras que el 91% optan por el financiamiento tradicional como los préstamos bancarios y el aporte de los accionistas.

Las empresas que se han financiado a través de mecanismos bursátiles (9%) han obtenido beneficios de acuerdo al giro de su negocio y a la alternativa utilizada

SECOHÍ CÍA LTDA.

Opción de financiamiento: Emisión de Obligaciones.

Ventajas:

Incremento del giro del negocio. Apertura de nuevos proyectos.

Posibilidades de cambiar la estructura de la empresa.

CEDAL S.A.

Opción de financiamiento: Emisión de Obligaciones.

Ventajas:

Reducción del costo de financiamiento. Mejora en los plazos de financiamiento. Reestructuración de pasivos de corto a largo plazo.

CACPECO LTDA. Opción de financiamiento:

Titularización.

Ventaja:

Fondeo con activos propios.

CONCLUSIÓN

- Existe una escasa cultura bursátil en las empresas de la Provincia de Cotopaxi puesto que de acuerdo a la investigación realizada el 59% de las empresas no conocen los mecanismos de financiamiento bursátil. Esto debido a la falta de promoción y difusión de las actividades que se realizan en el Mercado de Valores.
- Los préstamos bancarios son la principal fuente de financiamiento de las empresas de Cotopaxi, situación dada por el vínculo que existe con determinadas entidades financieras y por la facilidad para acceder a estos a pesar de sus elevados costos, sin tener la necesidad de hacer pública su situación financiera como lo requiere el mercado de valores.
- Las 3 empresas que se han financiado a través de mecanismos bursátiles han experimentado beneficios como apertura de nuevos proyectos, reducción de costos de financiamiento, reestructuración de pasivos de corto a largo plazo y fondeo con activos propios; razones que han motivado a dos de ellas a utilizar estas alternativas reiteradamente.
- El nivel de participación empresarial en el mercado de valores es bajo, ya que solo 3 de las 32 empresas encuestadas han realizado emisiones de valores para financiarse, esto como consecuencia directa del desconocimiento de los procesos de emisión, adicionalmente la falta de personal capacitado en el área y la situación político económica del país entre las más importantes.

REFERENCIAS

Las Bolsas De Valores En El Mundo "Les Bourses De Valeurs Dans Le Monde",
Instituto de Estudios Bancarios y Financieros, Editorial Tecnibal S.A.
Por La Traducción Del Original I.S.B.N 84-308-0267-3, Pág., de la 17 a la 26.

LA APLICACIÓN DE LA MERCADOTECNIA EN EL POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES Y MICROEMPRESAS

Ing. Elisabeth Jiménez Msc.
Econ. Marco Veloz



La provincia de Cotopaxi se caracteriza por ser una de las provincias que contribuye notablemente a la economía del país y de manera progresiva al Producto Interno Bruto (PIB), a la generación de empleo y a la aportación fiscal.

En esta provincia y de manera particular en la ciudad de Salcedo, tenemos: microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas y empresas grandes que han hecho que esta ciudad se encuentre en el auge del desarrollo productivo y comercial.

Esta investigación tiene como objetivo fundamental, identificar la aplicación de los elementos del Marketing en las Microempresas y PYMES del sector que se dedica a la producción y comercialización de helados en la ciudad de Salcedo, así como, la incidencia que ha tenido en el desarrollo económico de la ciudad y el diseño de una propuesta orientada a lograr un mayor crecimiento en sus actividades económicas.

Es necesario que las Pymes se desarrollen en un entorno de colaboración formal e informal que le permita afrontar estos nuevos tiempos de la globalización y desarrollar la capacidad de innovación, pero siempre con una orientación estratégica al mercado para lograr competitividad.

Partiendo de que una de las actividades económicas generadoras de ingreso son la producción y comercialización de helados de Salcedo, es importante analizar su crecimiento y aporte al Producto Interno Bruto.

La ubicación de Latacunga y de Salcedo como ciudades intermediarias entre Quito, Ambato, Baños de Agua Santa y Riobamba, les ha permitido desarrollar sus rentas sobre la base de su rica gastronomía.

En los últimos años, incluso, se ha potenciado como una ruta gastronómica y recreativa la vía que conecta a Latacunga con Salcedo. Las allullas, las chugchucas, los quesos de hoja, los helados de Salcedo, y otras comidas tradicionales, atraen los fines de semana y feriados a cientos de turistas.

Este trabajo de investigación se realizó durante un año, los resultados son los que se presentan en el presente artículo.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación permite conocer la aplicación de herramientas de mercadotecnia por parte de las microempresas y Pymes dedicadas a la producción y comercialización de helados en la ciudad de Salcedo.

1.1 Microempresa y Pymes

Una microempresa es una sociedad de tamaño pequeño, que ejerce una actividad económica de forma regular; está comprendida de personas de escasos ingresos. Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo ó con el fin de complementar los ingresos.

Las Pymes, generalmente se las asocia como entes informales, como empresas de subsistencia y de tipo familiar, como las pequeñas unidades, tales como la tienda de la esquina, la panadería, el puesto del mercado, etc. Hasta hoy no hay una categorización rígida para determinar que es una Pymes, ni existe uniformidad entre países; cada cual elige el parámetro que se adapta a su realidad.

1.2 Clasificación de las empresas según su tamaño en el Ecuador

Igualmente se dan criterios diversos acerca de la clasificación de las empresas; se consideran micro empresas a los entes productivos cuyos activos no sobrepasan los \$20.000 y que generalmente gran parte de su manejo lo desempeña una sola persona, su nivel de ventas al año son menos de \$ 30.000; las pequeñas empresas son aquellas que poseen entre 10 a 49 empleados, su nivel de ventas están entre \$ 30.000 y menos de \$ 200.000; las medianas empresas, son las organizaciones que emplean entre 50 y 100 trabajadores, su nivel de ventas están entre \$ 200.000 y \$ 300.000.

Las pymes, según la Cámara de la Pequeña Industria, son aquellas unidades de transformación de materia prima o prestación de servicios, cuyos activos fijos (excluyendo el valor de terrenos y edificios), totalizan, cuando más, \$350.000.

La siguiente tabla muestra a continuación un resumen de dichas características para cada tipo de empresa:

TABLA 1.1.
CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU TAMAÑO
(ACTIVOS FIJOS, NÚMERO DE EMPLEADOS Y NIVEL DE VENTAS)

CARACTERÍSTICA	MICRO EMPRESA	PEQUEÑAS EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS	EMPRESAS GRANDES
ACTIVOS FIJOS	(-\$ 20.000)	\$ 20.000 A \$ 200.000	DE \$ 200.001 A \$ 350.000	MAS DE \$ 350.000
No. EMPLEADOS	10	10 A 49	50 - 100	MAS 100
NIVEL DE VENTAS ANUALES	HASTA \$ 100.000	DE \$ 100.001 A \$ 1.000.000	DE \$ 1.000.000 A \$ 3.000.000	A \$ 3.000.000

Ing. Elisabeth Jiménez Silva Msc.
eejimenez@espe.edu.ec

1.2 Principales características e indicadores de las Pymes.

Señalados los parámetros de clasificación de micros, pequeñas y medianas empresas del país, es necesario resaltar las principales características del sector; nuevamente se destacan los diversos criterios:

- a. Concentración Geográfica: el 77% de tales empresas, se concentran en las principales ciudades del país, como Quito y Guayaquil; el 15% en las provincias de Azuay, Manabí y Tungurahua; la diferencia en las restantes provincias del país.
- b. En cuanto a su número, se estima que existen 1'200.000 microempresarios; 670.000 en el sector informal.
- c. Los sectores en los que operan estas empresas son: Comercio, 52%; Producción, 27%; Servicios, 21%.
- d. Según estimaciones, las Pymes en el Ecuador aportan con el 5% del PIB Global y 24% PIB Industrial.
- e. Ocupan aproximadamente al 27% de la PEA.
- f. El 80% de su producción se orienta al mercado interno.
- g. Escasa competitividad debido principalmente a altos impuestos (25% IR), alto costo de insumos, demasiada tramitología y burocratización en su registro y constitución.
- h. Prevalece en su organización una estructura familiar.
- i. Bajo Nivel Tecnológico. j) Limitada productividad.
- k. Ausencia de normas de calidad y control,
- l. La mayoría de esos entes no disponen de personería jurídica.
- m. Limitado acceso al crédito formal; usualmente acceden a créditos del sector extra bancario con elevados costos (chulqueros; prestamistas informales y que cobran altos intereses).
- n. Mano de obra no calificada y de baja remuneración.
- o. Falta de políticas estatales adecuadas para su desarrollo.
- p. Flexibilidad y adaptabilidad a cambios en el entorno económico, social, político y condiciones del mercado.
- q. Preferentemente operan en el mercado local.
- r. Contribuyen a aliviar las tensiones y crisis de orden social.

1.3 Microempresas y Pymes en Salcedo

En la provincia de Cotopaxi y de manera particular en el sector urbano de la ciudad de Salcedo, tenemos que existen microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas y empresas grandes, unas formales y otras informales. Si bien es cierto las microempresas cuentan con gran informalidad por su naturaleza, las pequeñas y las medianas ya se

les exigen que estén reguladas por un organismo de control tributario como es el SRI a través del RISE.

Las actividades principales que se realizan en la ciudad de Salcedo son:

En el ámbito micro empresarial, tenemos el comercio y producción de algunos productos como por ejemplo, elaboración de comida rápida, restaurante, elaboración de comida tradicional, helados, pinol, productos de primera necesidad, muebles, bazares, cabinas telefónicas, comercio de frutas y verduras, zapatos, ropa, entre las más importantes.

En el sector de las PYMES en esta ciudad, tenemos negocios que han ganado su posicionamiento y crecimiento, como por ejemplo: LA INDUSTRIA "MOLINO DE PINOL SAN RAFAEL" creado en el año 1.950 y que hasta la fecha ha alcanzado un notable crecimiento, siendo una empresa proveedora tanto a nivel local como nacional, se encuentra ubicado en la Av. Jaime Mata Yerovi y Abdón Calderón barrio sur, LA ASOCIACIÓN PRODUCTORAS Y COMERCIALIZADORAS DE HELADOS DE SALCEDO, ubicado en la panamericana norte de esta ciudad.

En el sector de la PYMES dedicadas al comercio de vehículos, tenemos por ejemplo: VEHÍCULOS ECUATORIAL, TALLERES JOES CAR, VEHICULOS SALCEDO, entre otras. En el campo de las industrias productoras de muebles, tenemos: "EL MUNDO DEL MUEBLE". Una serie de SUPERMERCADOS, por ejemplo "EL MEGA SUPERMERCADO", "SUPERMERCADOS BALAREZO".

Los almacenes que se dedican al comercio de electrodomésticos tenemos por ejemplo, "ALMACENES FIGUEROA" y otros negocios dedicados a otras actividades como: lubricadoras, comerciantes de insumos agrícolas, veterinarios, productos alimenticios de animales, gasolineras, clínicas privadas, entre otras.

Como empresas GRANDES tenemos: FÁBRICA DE LÁCTEOS LEITO, FÁBRICA DE LACTEOS EL RANCHITO, HOSTERIA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS, AVICOLA EGAS, NEVADO NARANJO ROSES, entre otras.

La Población Económicamente Activa de la ciudad de Salcedo, es de 22.181 habitantes, que se distribuye en diferentes sectores económicos, en donde tenemos: personas económicamente dependientes e independientes; dentro de estas últimas tenemos: formales e informales ubicados tanto en el sector urbano y rural.

2.1 Situación de las Pymes en Salcedo

Para el análisis se tomó en cuenta a las MICROEMPRESAS y PYMES dedicadas a la producción y comercializados de helados en el cantón Salcedo y es así que, según trabajo de campo realizado, para el año 2007 existieron 18 puntos de producción de helados, los mismos que decidieron crear la ASOCIACION DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE HELADOS. Para el año 2010, éste número se incrementó a 21 productores y finalmente para el año 2011 se mantienen con los mismos 21 productores.

También es trascendental indicar que se ha formado un gremio de comerciantes ambulantes de helados, siendo en el año 2010 de 11 y en la actualidad de 15 comerciantes que se ubican en las paradas de buses para ofrecer a propios y extraños este delicioso producto.

Como puntos de venta también tenemos los locales de expendio que se encuentran ubicados en las calles céntricas de la ciudad como son: Calle Sucre, Calle 24 de mayo y las calles de entrada y salida de la ciudad tanto al norte como al Sur, como son la calle Abdón Calderón, Calle Quito, Calle 9 de Octubre, Panamericana Norte y Panamericana Sur, donde tenemos hasta diciembre del 2011 según investigación de campo 57 puntos de venta y en el año 2010 se estima que fueron de 46.

I. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

En esta investigación el trabajo de campo fue realizado tanto a las personas que conforman la ASOCIACION DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE HELADOS, al GREMIO DE COMERCIANTES MINORISTAS y a los puntos de venta ubicados en las calles céntricas de la ciudad de Salcedo que son en total 82 locales tanto entre productoras como comercializadoras de este producto.

Las herramientas que se utilizaron para obtener información primaria, fueron encuestas a productores y comerciantes de helados, así como entrevistas a los representantes de la asociación y del gremio de esta actividad, también se entrevistaron a clientes de este producto, sobre todo turistas, para medir la satisfacción en cuanto al producto y servicio.

II. RESULTADOS OBTENIDOS

La realización de esta investigación arrojó los siguientes resultados:

- De la población objeto de estudio tenemos que el 25,61% son productores y el 74,39% son comercializadores de helados, concluyéndose que más se dedican a la comercialización que la producción de helados.

- El 67,07% de la población encuestada se dedica a esta actividad más de 5 años y apenas un 8,54 % tienen esta actividad menos de 2 años.
- El 48,78 % tienen clientes de otras ciudades que son turistas de la localidad seguido por un 21,95 % de clientes que son de la ciudad de Salcedo, pero que son los minoristas que se dedican a comercializar este producto.
- El 64,63% NO tiene proyección de ventas, es decir que su producción y compras los hacen de manera empírica y sólo un 35,37 % manifiestan tener como base una proyección de sus ventas.
- El 96,34% NUNCA han realizado una INVESTIGACIÓN DE MERCADO, para conocer requerimientos de sus clientes en cuanto al producto que ofrecen.
- El 85,37% fijan sus precios de manera estimada y 14,63% en función de la competencia.
- El 35,69% realiza promociones a través de regalo de productos adicionales cuando la compra es considerable y el 63,41% no realizan ninguna promoción.
- El 97,56% realiza la publicidad de su producto a través de rótulos en sus locales de venta o de producción y apenas un 2,44% realiza publicidad a través de medio radial local.
- El 100% de los encuestados están conscientes que podrían mejorar sus ventas a través de la aplicación de estrategias de mercado. El 100% de los encuestados están interesados y gustosos de aplicar estrategias que les permita mejorar sus ventas y por lo tanto su rentabilidad.

CONCLUSIÓN

La tasa de interés para el financiamiento de créditos comerciales por parte del sector financiero para el segmento microempresas se encuentra al 29% siendo un factor que afecta notablemente al crecimiento y desarrollo de esta actividad.

- La mayor parte de consumidores de este producto son turistas generándose mayor demanda los días de feriados por la gran afluencia de este segmento de población.
- Los microempresarios no están capacitados para competir ante los demás tipos de empresas tanto en el aspecto comercial, financiero y técnico.
- Los productores y comerciantes de helados en la ciudad de Salcedo, no cuentan con conocimientos y aplicación de herramientas de Marketing que les permitan mejorar su rentabilidad y expandir su negocio tanto a nivel nacional como internacional.

REFERENCIAS

Investigadores: Ing. Enrique Santamaría e Ing. Nicolay Ramón.
 Bernanke, Ben S. y Robert H. Frank; Principios de Economía; Tercera Edición; McGraw-Hill; Madrid; 2.007.
 Chollet, Michael; El Marketing Mix; Editorial Deusto; 1.983.
 Bravo Santillán, María de la Luz; Introducción a las Finanzas; pág. 57.
 Pintura: "La niña con los helados de Salcedo" Autor: pintor anónimo

CRECIMIENTO Y DESARROLLO EN EL ECUADOR DURANTE LA ÚLTIMA DÉCADA (2001 - 2010)

Econ. Carlos Parreño MBA.
Ing. Verónica Parreño Mgs



Resumen

Este artículo otorga un panorama actual de la economía ecuatoriana mediante la revisión y análisis de la evolución de los principales indicadores sociales y económicos durante la última década 2001 – 2010.

Introducción

La economía es la ciencia que se encarga del estudio de los ciclos económicos de bienes y servicios que se colocan en los mercados para la satisfacción de las necesidades.

Una economía es mejor que otra cuando hablamos de indicadores tanto financieros como económicos que denotan el crecimiento y desarrollo de una nación, considerada como la ciencia que explica cómo se dan las diferentes etapas en los ciclos económicos y el por qué estos son cíclicos o no.

El Reporte de Competitividad Global (RCG) elaborado por el Foro Económico Mundial (FEM) muestra que Ecuador escaló puestos con relación al año anterior (2011) en el ranking global. Tradicionalmente Ecuador se ha mantenido sobre el puesto 100 en este ranking global en el grupo de países menos competitivos, el salto que se va a mostrar en el análisis realizado se debe en gran medida por factores de eficiencia e innovación, mejoras en infraestructura y la estabilidad macroeconómica.

MÉTODO UTILIZADO

Técnicas de investigación primaria y secundaria: Dentro de la investigación primaria empleamos técnicas de investigación cualitativa como la Observación Indirecta (hechos pasados) y estudio de casos. Para la investigación secundaria nos basamos en Fuentes Externas como datos del BCE, INEC, Diarios de mayor circulación en el país.

La economía ecuatoriana en la última década ha presentado un robusto y continuo crecimiento pese a que nuestra economía no goza de la disponibilidad de la política monetaria, política cambiaria como mecanismos o instrumentos de impulso y desarrollo de un país.

La actividad del Estado se origina en el conjunto de operaciones, tareas y facultades para actuar, que le corresponden como personas jurídicas de derecho público y que realizan por medio de los órganos que integran la Administración Pública. Las actividades jurídicas del Estado están encaminadas a la creación y cumplimiento de la ley, el Estado es un producto social, una obra humana que se integra a lo largo de un proceso histórico.

El desarrollo económico se lo puede definir como la capacidad de los países o regiones para crear riquezas a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes.

PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO

Se entiende por presupuesto la constitución de un programa de acción económica para un tiempo determinado. Desde el punto de vista jurídico, es el documento relativo a la previsión de ingresos y gastos públicos formulado y sancionado en los términos establecidos por la legislación de cada país, a fin de cumplir las metas del Plan Nacional de Desarrollo y las políticas públicas.

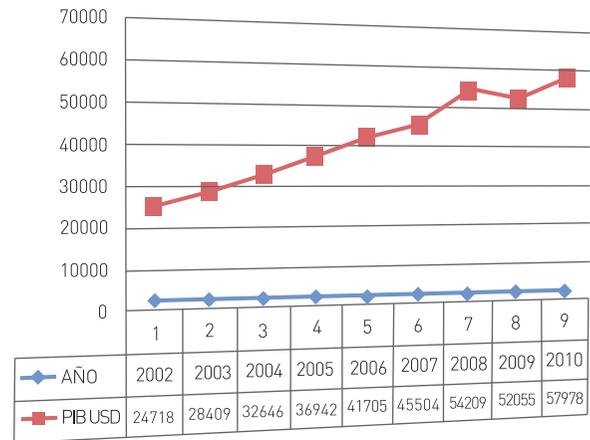
INFORMACIÓN MACROECONÓMICA ECUADOR 2012	
MONEDA	DÓLAR ESTADOUNIDENSE
PIB NOMINAL	\$ 72.466 PARA EL AÑO 2012
PIN PERCAPITA INFLACIÓN AGOSTO 2012	\$ 5.012 4.88%
DESEMPLEO JUNIO 2012	5.19%
EXPORTACIONES 2011	\$ 22.322 MILLONES
IMPORTACIONES 2011	\$ 22.945 MILLONES
DEUDA EXTERNA 2012	\$ 16.160 MILLONES
PRESUPUESTO AÑO 2012	\$ 26.190 MILLONES

Fuente: wikipedia.org/wiki/Ecuador
Elaborado por: Grupo de Investigación

PRODUCTO INTERNO BRUTO

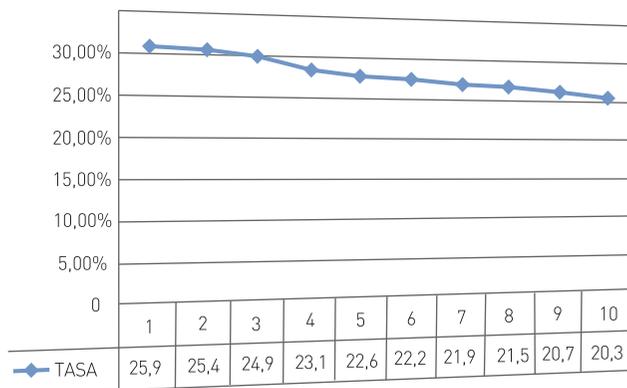
Durante los últimos años el PIB en el Ecuador ha tendido a la alza, uno de los factores que más ha favorecido para que esto se presente es sin duda la subida de los precios de petróleo explotado en la amazonia ecuatoriana, presentando un valor de 57.978 miles de dólares para el año 2010, considerando una pequeña baja en el año 2009 con 52.055 miles de dólares.

PIB USD 2001 - 2010



Fuente: Banco Central del Ecuador

TASA DE NATALIDAD



Fuente: Banco Central del Ecuador

TASA DE NATALIDAD

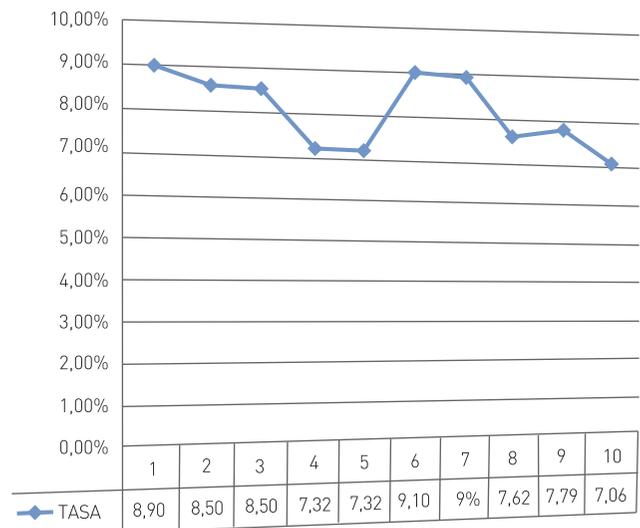
Esta variable da el número promedio anual de nacimientos durante un año por cada 1000 habitantes.

La tasa de natalidad en el Ecuador durante la última década ha decrecido del 25.99% al 20.32%

TASA DE ANALFABETISMO

Nos indica el porcentaje de la población que está en capacidad de leer y escribir y que está en edad adulta. En el Ecuador la tasa de analfabetismo ha decrecido de un 8,90% en el año 2001 a un 7.06% en el año 2010.

TASA DE ALFABETISMO

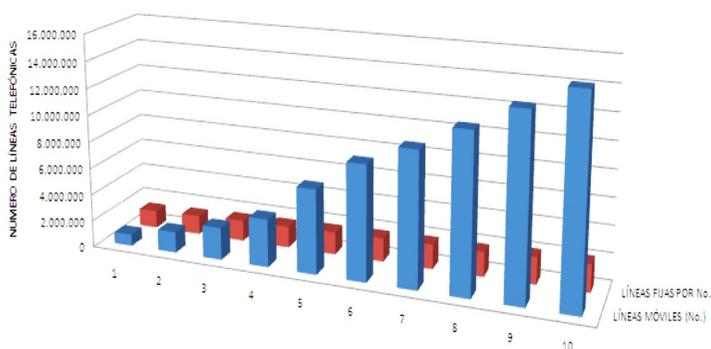


Fuente: Banco Central del Ecuador

TELEFONÍA CELULAR Y FIJA

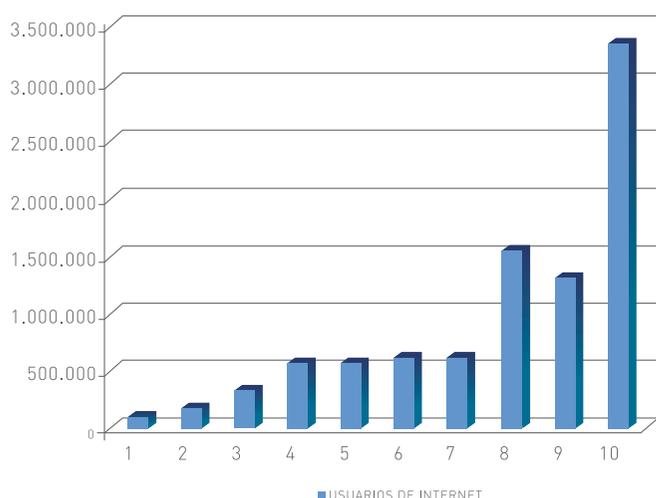
El incremento de la telefonía celular en el Ecuador es acelerado del año 2001 al 2010. Del mismo modo la telefonía fija se incrementó.

Fuente: INEC Censo Económico Ecuador 2010



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
■ LÍNEAS MÓVILES (No.)	859.152	1.560.861	2.398.161	3.544.174	6.246.332	8.465.050	9.839.977	11.692.248	13.454.600	15.118.891
■ LÍNEAS FIJAS POR No.	1.823.708	1.416.058	1.538.755	1.601.961	1.692.660	1.768.049	1.831.760	1.881.948	2.004.228	2.076.520

USUARIOS DE INTERNET



ACCESO A INTERNET

El incremento de usuario de Internet también es altamente creciente por el avance tecnológico que ha llegado al Ecuador.

EVOLUCIÓN DEL BIENESTAR

Entre los países que más han avanzado en el IDH se encuentran los conocidos por la naturaleza "milagrosa" de su crecimiento económico: China, Indonesia y Corea del Sur. Pero también hay otros, como Nepal, Omán y Túnez, cuyo progreso en las dimensiones no relacionadas con el ingreso ha sido igualmente destacable.

Respecto de la educación, el progreso ha sido considerable y generalizado, producto no solo de aumento en el nivel de instrucción sino también del acceso equitativo a educación para más niños y niñas. En buena medida, los logros reflejan la mayor participación del Estado que, en general, se caracterizan por lograr que los niños asistan a la escuela.

En términos de ingreso, el desempeño es mucho más diverso. A diferencias de los indicadores de salud y educación, y a pesar del progreso observado en los indicadores agregados, los ingresos no tienden a converger. Esto se debe a que, en los últimos 40 años, los países ricos han crecido más rápido que los más pobres. Así, la brecha entre países desarrollados y en desarrollo se mantiene.

Resultados para Ecuador

De 144 países, Ecuador se ubica en la posición **86** de ranking en el Índice de Competitividad Global.

El país presenta mejoras en infraestructura, salud y educación, pero tiene retos en todos los pilares de la competitividad.

Es necesario un mayor nivel de absorción tecnológica

La última década de análisis de la economía ecuatoriana se puede observar un constante crecimiento en relación al índice de Desarrollo Humano, ya que se ha avanzado en los niveles de bienestar.

El índice de Competitividad presenta mejoras este año en infraestructura, salud, educación y mercado financiero, pero tiene retos en todos los pilares de la competitividad.

El nivel de Riesgo país creció nuevamente a partir del año 2008 debido a la incertidumbre en el manejo político de los recursos a través del gobierno de turno.

En el sector monetario el país presenta estabilidad en la liquidez en los últimos años pero en el sector fiscal se presenta déficit: el sector externo de la economía ecuatoriana siempre se caracteriza por una inclinación a las importaciones antes que las exportaciones. A nivel macroeconómico real la inflación, el PIB y las tasas de interés se hallan en niveles moderados.

Es importante un cambio de actitud frente a este nuevo reto que trae la economía globalizada teniendo que estar actualizados en lo que ha avanzado tecnológicamente se refiere con la finalidad de estar a la par del mundo actual y poder competir de una manera igual al resto de economías.

REFERENCIAS

- ACOSTA Alberto (2001) Breve Historia Económica del Ecuador Editora Nacional Quito.
- Banco Mundial (2003a), "Inequality in Latin America & the Caribbean: Breaking with History?", Washington D.C.
- Censo Económico Ecuador 2010 INEC
- Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas.

IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN TODO TIPO DE EMPRESAS

Ing. Luis Lema Mgs.
Ing. Oscar Cadena

Resumen

La Planificación Estratégica es una herramienta vital dentro del proceso administrativo en todo tipo de organizaciones, y fundamentalmente en las condiciones actuales, en donde el cambio acelerado del entorno obliga a los empresarios a generar estrategias que permitan la supervivencia de las empresas en mercados cada vez más hostiles, bajo esta base fundamental debemos considerar que “Las empresas grandes no se comen a las pequeñas, más bien las empresas Rápidas se comen a las Lentas” (Anónimo).

Introducción

Si bien todos los administradores hacen planes, el programa de trabajo de los supervisores de primera línea difiere del plan estratégico que prepara la alta dirección. El éxito está ligado directamente a la ejecución y control de los planes, caso contrario el desarrollo de un plan estratégico se convierte en un conjunto de buenas ideas que forman parte del archivo muerto de las organizaciones.

El principal objetivo de la planificación estratégica es determinar un norte una alineamiento estratégico hacia ese sueño que tiene la alta dirección de ¿Cómo vemos a la empresa en 3 o 5 años?, definida como la Visión organizacional, alineada directamente a la Misión o propósito de la empresa.

COMPONENTES BÁSICOS DEL PLAN ESTRATÉGICOS



- MISIÓN
- VISIÓN
- VALORES Y PRINCIPIOS
 - ANÁLISIS FODA
- OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
- PLAN OPERATIVO



El concepto de estrategia es adoptado por las organizaciones teniendo como fuente el desarrollo militar, en dónde Sun Tzu y su obra magistral “El Arte de la Guerra”, no dota de un cimiento perfectamente fundamentado y que basa su desarrollo en cinco factores que determinan el resultado de la guerra: la doctrina, el tiempo, el terreno, el mando y la disciplina.

El desarrollo del Plan Estratégico Institucional es fundamental, porque éste se convertirá en la doctrina a seguir propuesta por la alta dirección y en donde se delimita la Visión (a tres años), que nace de la detección de la oportunidad, la misión o propósito de la organización, los cuales están cimentados en sólidos principios y valores humanos.

Descendiendo en una primera etapa en sentido vertical debemos definir los objetivos, que son los fines hacia los cuales se dirige una actividad enfocados directamente a cumplimiento de la Visión, basándonos en el segundo parámetro que es el tiempo, posteriormente en el despliegue horizontal definimos las Estrategias que nos permiten determinar y transmitir mediante un sistema de objetivos y políticas una imagen de la empresa que se desea proyectar, éstas no intentan describir con exactitud cómo se van a lograr los objetivos, puesto que ésta es la tarea de incontables planes y programas de acción que nos permiten trasladar de la estrategia a la acción. En este punto es importante definir un conjunto de Políticas que constituyen declaraciones generales que guían el pensamiento para la toma de decisiones y en donde se desprende que las políticas deben tener cierta flexibilidad, de lo contrario serían reglas. Por ejemplo: el comprar al que ofrezca el precio más bajo entre tres postores calificados sólo deja libertad para decidir cuáles de ellos están calificados; sin embargo, la exigencia de que se compren los bienes a un determinado proveedor, con independencia del precio o el servicio, sería una regla.

Una vez definidos estos parámetros es importante determinar el análisis de nuestro ambiente, es decir el terreno, en el cual nos desarrollamos porque es importante recalcar que una estrategia exitosa difiere en eficacia de acuerdo al mercado en el cuál se despliegue principalmente por características del comportamiento de su consumidor meta. De acuerdo a esto debemos desarrollar estrategias alternativas, las cuales pueden estar delineadas de acuerdo a dos enfoques, el primero el de especialización o concentración, el segundo en cambio el de diversificación, dependiendo del ambiente en el que se desarrolle.



En este punto debemos enmarcarnos en un proceso de Evaluación y selección de la estrategia, en donde uno de los elementos críticos es la habilidad para escoger el momento oportuno para su ejecución y en donde se deben considerar adicionalmente los riesgos existentes en una decisión particular. Otro de los parámetros objeto de análisis son los recursos necesarios tanto materiales como financieros para su ejecución.

Para el siguiente paso podemos trabajar a través de la matriz 3M (Metas, Medidas y Medios), en donde la estrategia permite definir la meta a alcanzar, la medida corresponde al Indicador de Gestión (KPI), que permita identificar cuál es el desarrollo óptimo y la importancia de la retroalimentación que permita decidir un realineamiento de la estrategia, por último el medio que lo conforman los planes de acción debidamente presupuestados que se convertirán en nuestros Planes operativos anuales en donde se describe la responsabilidad del éxito de la estrategia.

Kaplan y Norton, en el año 2000, impulsan Balanced Scorecard, conocido también como Cuadro de Mando Integral CMI, que es una herramienta fundamental en el proceso de ejecución de la estrategia, este cuadro de mando integral permite analizar y decidir sobre el detalle del avance de la ejecución, basándonos en el enfoque del mapa estratégico de los objetivos y la priorización para su puesta en marcha, para mejorar esta delimitación el cuadro de mando integral CMI agrupa los objetivos en cuatro perspectivas básicas Financiera, procesos internos, clientes y de desarrollo y aprendizaje, de acuerdo a los mapas estratégicos diseñados para este cometido.

Posteriormente los mismos autores proponen el Alineamiento Estratégico y el Execution Premium, que permita incrementar los resultados positivos.

CONCLUSIÓN

Como podemos apreciar existen múltiples herramientas que nos ayudan a implementar y controlar una planificación estratégica, que una estrategia sin acción es solamente una idea y se queda así, lo más relevante es el tener la habilidad para tomar decisiones que permitan pasar de la estrategia a la acción, lo que nos permitirá convertirnos en una empresa altamente efectiva y exitosa.

REFERENCIAS

- Harold Koontz, Administración
- Kaplan & Norton, Cuadro de Mando Integral
- Kaplan y Norton, Alignment
- The Execution premium

CÓMO ESTRUCTURAR UN PROCESO DE TITULARIZACIÓN DE ACTIVOS

Ing. Nilda Avellán Herrera

Resumen

La Titularización es un mecanismo para obtener liquidez ahora, de activos que actualmente no son líquidos pero que lo serán en el futuro.

Para lograr este objetivo, se emiten valores susceptibles de ser colocados y negociados libremente en el mercado bursátil, emitidos con cargo a un patrimonio autónomo.

Los valores que se emitan como consecuencia de procesos de titularización, constituyen valores.

INTRODUCCIÓN

Los activos transferidos al patrimonio autónomo (fideicomiso mercantil o fondo colectivo de inversión) deben tener la capacidad de generar flujos futuros de fondos con los cuales se pagará el capital y el rendimiento de los valores emitidos.

Las partes esenciales del proceso de titularización

1. Originador: Una o más personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, públicas, privadas o mixtas, de derecho privado con finalidad social o pública, nacional o extranjera, o entidades dotadas de personalidad jurídica, propietarios de activos o derechos sobre flujos susceptibles de ser titularizados.

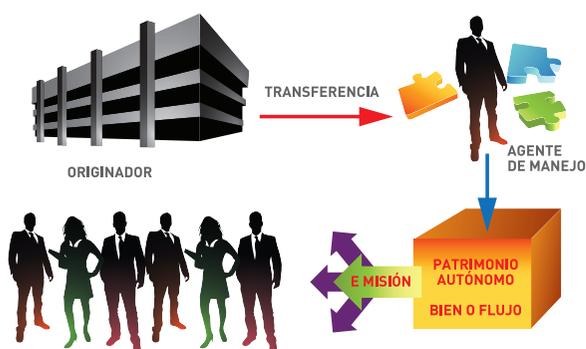
2. Agente de Manejo: Sociedad Administradora de Fondos y Fideicomisos.

3. Patrimonio de Propósito Exclusivo: El emisor, es un patrimonio independiente integrado inicialmente por los activos transferidos por el Originador y posteriormente por los activos, pasivos y contingentes que resulten o se integren como consecuencia del desarrollo del respectivo proceso de Titularización.

4. Inversionistas: Son aquellos que adquieren o invierten en valores emitidos como consecuencia de procesos de Titularización.

5. Comité de Vigilancia: Compuesto por lo menos de tres miembros, elegidos por los tenedores de títulos, no relacionados al agente de manejo.

ESQUEMA BÁSICO



TIPOS DE TITULARIZACIÓN QUE EXISTEN EN NUESTRO PAÍS

1. Titularización de cartera
2. Titularización de inmuebles
3. Titularización de proyectos inmobiliarios
4. Titularización de flujos de fondos en general

1. Titularización de cartera

- El Originador transfiere a una Administradora de Fondos y Fideicomisos la cartera en base a la cual se constituye el patrimonio autónomo.
- Sobre el patrimonio autónomo se emite títulos de participación. Los inversionistas que compren títulos adquieren derechos o partes alícuotas sobre el total de la cartera objeto de la titularización.
- Se produce una transferencia del riesgo implícito en la cartera hacia la entidad originadora y luego hacia los inversionistas que adquieren los títulos representativos de derecho en el patrimonio autónomo.
- En la entidad originadora se opera una sustitución de activos de riesgo (cartera) por activos líquidos (libres de riesgo).

Este tipo de titularización incorpora mecanismos de protección al inversionista ante la eventual pérdida de parte de la cartera, entre los principales puntos tenemos:

- En el caso de que el originador sea una institución del sistema financiero, se requerirá el criterio positivo, otorgado por la Superintendencia de Bancos y Seguros, por la totalidad del proceso de emisión o por cada tramo.
- Para el caso de las compañías que no pertenezcan al sistema financiero y que por lo tanto están controladas por la Superintendencia de Compañías, el originador presentará a la fiduciaria la valoración de cartera realizada por la calificadora de riesgo o firma auditora debidamente inscrita en el Registro de Mercado de Valores.



2. Titularización de inmuebles

- Consiste en la transferencia de uno o varios bienes inmuebles de baja rotación a un patrimonio autónomo.
- El Patrimonio autónomo se transforma en valores mobiliarios, mediante un contrato de fiducia mercantil irrevocable de garantía o de administración
- El activo inmobiliario debe estar libre de gravámenes, limitaciones de dominio, prohibiciones de enajenar o condiciones resolutorias y no tener pendiente de pago los impuestos, tasas y contribuciones.
- El valor de la emisión no excederá el noventa por ciento del valor presente de los flujos futuros proyectados que generará el inmueble, descontados a una tasa que no podrá ser inferior a la tasa activa referencial señalada, por el Banco Central del Ecuador, para la semana inmediata anterior a aquella en la cual se efectúe el cálculo correspondiente.



3. Titularización de proyectos inmobiliarios

- El patrimonio autónomo está constituido por: el lote en que se construirá el inmueble, los estudios técnicos y de factibilidad económica y el presupuesto de costos del proyecto.
- Contribuye a la reducción de costos financieros en la construcción inmobiliaria y facilita la comercialización de proyectos.
- Este esquema puede concebir su conformación con sumas de dinero destinadas a compra del lote o a la ejecución del proyecto.
- El activo inmobiliario, sobre el cual se desarrollará el proyecto objeto de la titularización deberá estar libre de gravámenes, limitaciones de dominio, prohibiciones de enajenar o condiciones resolutorias y no tener pendiente de pago los impuestos, tasas y contribuciones.

- El inversionista es partícipe del proyecto en su conjunto, obteniendo una rentabilidad derivada de la valoración del inmueble, de la enajenación de unidades de construcción.
- El monto de la emisión, no podrá exceder el cien por ciento del presupuesto total del proyecto inmobiliario, incluidos aquellos asociados con el desarrollo del proceso de titularización o del avalúo del inmueble, según lo que corresponda.



4. Titularización de flujos de fondos en general

- La titularización de flujos de fondos consiste en el traspaso al patrimonio autónomo del derecho de cobro de los flujos de efectivo previsible en el futuro.
- En ningún caso, el valor de la emisión excederá el noventa por ciento del valor presente de los flujos requeridos de acuerdo al presupuesto, estudio o documento que se presente durante el plazo de emisión.
- En el caso de titularización de flujos futuros de fondos de bienes, el valor de la emisión no excederá del cincuenta por ciento del valor presente de los flujos requeridos
- De igual manera no podrá exceder del ochenta por ciento de los activos libres de gravamen del originador.



¿Qué se necesita para una titularización?

1. Escritura Pública del Fideicomiso Mercantil de Titularización

Todo contrato de fideicomiso mercantil debe otorgarse por escritura pública y deberá reunir los requisitos establecidos en la Ley:

- La identificación del o los constituyentes y del o los beneficiarios;
- Una declaración juramentada del constituyente de que los dineros o bienes transferidos tienen procedencia legítima;
- La transferencia de los bienes en fideicomiso mercantil y la entrega o no cuando se trate de encargos fiduciarios;
- Los derechos y obligaciones a cargo del constituyente, y del beneficiario;
- Las remuneraciones a las que tenga derecho el fiduciario.
- La denominación del patrimonio autónomo;
- Las causales y forma de terminación del fideicomiso mercantil;
- Las causales de sustitución del fiduciario

2. Elaboración de un Prospecto de Oferta Pública

Todo prospecto de oferta pública primaria de valores resultantes de un proceso de titularización, deberá contener, al menos, la siguiente información:

- Portada.
- Información general del originador y del Agente de manejo.
- Información sobre el patrimonio autónomo emisor de los valores y del proceso de titularización.
- Características de la emisión.
- Información adicional por tipo de titularización.

3. Elaborar un Reglamento de Gestión

El reglamento de gestión contendrá entre los principales puntos los siguientes:

- Sistema aplicable para la obtención de los recursos y/o flujos futuros.
- Destino de los remanentes de los recursos y/o flujos futuros.
- Características y forma de determinar el punto de equilibrio para iniciar la ejecución del proyecto.
- Plazo de duración del fondo colectivo o fideicomiso mercantil. Honorarios y comisiones de la administradora de fondos y fideicomisos.
- Política de endeudamiento, ventas, crédito, administración de cuentas por cobrar y provisiones.

CONCLUSIONES

Además de lo expuesto anteriormente es importante mencionar que para realizar un buen proceso de titularización de activos todos los valores que se emitan deberán:

- Contar al menos con una calificación emitida por una de las calificadoras de riesgo legalmente establecidas y autorizadas para tal efecto.
- Inscripción en Registro de Mercado de Valores.
- Inscripción en el Registro de la Bolsa de Valores de Quito.

REFERENCIAS

- www.bolsadequito.info

ANÁLISIS DE LA VARIACIÓN DEL NIVEL DE CRÉDITO BANCARIO Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO DEL PIB DEL ECUADOR, DURANTE EL PERÍODO 2006-2009

Ing. Galo Vásquez Mgs.
Ing. Erika Tapia

Resumen

El Sistema Financiero es el grupo de entidades nacionales o extranjeras del sector financiero tanto público como privado, que regulados por un marco jurídico y una entidad de control satisfacen en un país las necesidades bancarias de los clientes pasivos y activos.

Hoy en día el crédito se ha constituido como un agente dinamizador de las actividades productivas y comerciales, el crédito como un impulsador de la economía ecuatoriana, aporta directamente al crecimiento del Producto Interno Bruto, siendo importante conocer los sectores productivos que han presentado un crecimiento constante, equilibrado y deficiente, permitiendo al Gobierno intervenir, inyectando liquidez a través de créditos bancarios públicos y privados mejorando el progreso de la economía.

En el Ecuador, el Sistema Bancario ha presentado síntomas de estabilidad, pues se encuentra en pleno proceso de recuperación luego de la crisis financiera económica mundial entre los años 2008 y 2009 debido a problemas de los créditos subprime, problemas de liquidez y solvencia por manejos de una mala administración del crédito ya que eran concedidos a personas insolventes que no disponían de ingresos adecuados para cubrir el préstamo, por ello consideramos importante realizar un ANÁLISIS DE LA VARIACIÓN DEL NIVEL DE CRÉDITO BANCARIO PRIVADO Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL ECUADOR, DURANTE EL PERÍODO 2006 - 2009”, con lo que pretendemos identificar la proporción que han tomado los diferentes sectores productivos en medida al bienestar material de una sociedad, es decir, la evolución de la economía del país.



INTRODUCCIÓN

Durante la dolarización el Ecuador ha tenido una cierta calma; si bien, al adoptar este sistema se preveían logros macro económicos sumamente 3 ambiciosos, hasta el momento, indicadores como la inflación y la tasa de interés no han llegado a equipararse con los de Estados Unidos, como se afirmaba.

Por otro lado, el sector productivo ha estado soportando sistemáticamente prácticas de racionamiento de crédito y asumiendo las ineficiencias del sistema financiero, restando las posibilidades de desarrollo mediante el fomento y sostenimiento de micro, pequeñas y medianas empresas. De todas maneras el PIB, después de la caída registrada en el año 1999 demuestra en estos últimos años tasas de crecimiento que superan el 2.8% anual, principalmente impulsando por el sector petrolero, que representa más del 20% de participación en el PIB y la coyuntura favorable de los precios del petróleo.

Así mismo, la tasa de desempleo se ha reducido y se ha registrado una disminución de la pobreza.

En todo caso, los problemas estructurales del país, como son la deuda externa pública, la misma que debido a las características perniciosas del endeudamiento seguidas desde la década de los años setenta hasta la actualidad que han provocado un círculo vicioso de deuda para pagar deuda, y la falta de competitividad genuina de la economía, entre otros problemas, ponen al Ecuador en una posición sumamente vulnerable ante shocks externos, y con la incertidumbre de que el gobierno pueda mantener y aumentar la asignación de recursos para gasto social.

La necesidad de proteger a la sociedad de la vulnerabilidad económica del país, pasa por adoptar políticas que permitan la reactivación de los sectores microeconómicos y superar las prácticas de racionamiento de crédito que afectan a las micro, pequeñas y medianas empresas, así como, a las personas con ingresos bajo la línea de pobreza.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La metodología utilizada es inductiva, a través de la indagación realizada en la superintendencia de compañías.

DESARROLLO

El nivel de crédito es de vital importancia, ya que aporta directamente al crecimiento del PIB, mejorando así el indicador macroeconómico del PIB per cápita que trata de medir la riqueza material disponible involucrando así a toda la población.

El Sistema Financiero Ecuatoriano, el mismo que es regulado por organismos autónomos, como el Directorio del Banco Central y la Superintendencia de Bancos. Además, el sistema financiero ecuatoriano está constituido por un conjunto de principios, normas y leyes jurídicas que se basan en un instrumento y documentos especiales que nos permiten canalizar el ahorro y la inversión de los diferentes sectores hacia otros que lo necesitan y esto conlleva al apoyo y desarrollo de la economía.

Dentro de lo anteriormente mencionado, también se pueden puntualizar algunos aspectos del Sistema Bancario Ecuatoriano, ya que dentro de la economía de nuestro país presta el servicio de intermediación financiera mediante la captación de recursos a través de depósitos y la colocación en créditos, encaminando de esta manera a la forma tradicional de ahorrar hacia la inversión.

Bajo esta perspectiva, podemos encontrar una diversidad de instituciones financieras tanto en el ámbito público como en el privado, las mismas que ofrecen distintos servicios y productos, dentro de lo que cabe destacar la amplia cartera de crédito de la que son poseedores. La información general del mercado bancario privado, donde suele aplicarse a la gama de servicios bancarios dirigidos a clientes individuales de patrimonios elevados, y que normalmente incluyen la asignación de un asesor, o gestor, especialmente dedicado al cliente.

En la actualidad dentro de nuestro país, se dispone de 25 entidades bancarias, que al aportar con créditos, juegan un papel preponderante en el crecimiento de la economía tras la ubicación eficiente de los recursos, con el apoyo a actividades productivas, como la ejecución de proyectos viables o créditos de consumo, ya que los mismos van dirigidos a personas jurídicas o naturales.

Sin embargo, las instituciones financieras también deben tomar en cuenta aspectos cualitativos del análisis de crédito siendo este uno de los aspectos más importantes y al mismo tiempo más difíciles de evaluar, ya que son aspectos subjetivos.

El Producto Interno Bruto en el Ecuador, el crecimiento promedio del PIB en el período pre dolarización fue menor que el del período de dolarización. Así, entre los años 1990-1999 el crecimiento del producto fue de 1.8% mientras que en la década siguiente fue de 4.4%. A partir del año 2000 la economía ecuatoriana se ha logrado consolidar en gran medida, apoyada fuertemente por condiciones externas favorables, como precio del petróleo, las remesas en divisas por parte de los emigrantes y como fue en su momento, la construcción del Oleoducto de Crudos Pesados, OCP.

Luego de un período de crecimiento constante de las colocaciones del sistema comprendido entre los años 2005 y 2008, para el año 2009 la crisis económica internacional tuvo sus efectos en el sistema bancario local al reducir el ritmo de crecimiento de la cartera de créditos.

CONCLUSIONES

Durante el año 2009, el sistema bancario ecuatoriano experimentó una reducción en sus colocaciones, consecuencia de factores coyunturales como la crisis financiera internacional que generó un clima de incertidumbre. Debido a la crisis desencadenada se puede apreciar que desde el 2006 se inició un declive en el crecimiento del PIB.

REFERENCIAS

- Proyecto de Grado, Estrella Sandra y Ronquillo Mariela; "ANÁLISIS DE LA VARIACIÓN DEL NIVEL DE CRÉDITO BANCARIO Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO DEL PIB DEL ECUADOR, DURANTE EL PERÍODO 2006-2009".

LA AUDITORÍA COMO UNA HERRAMIENTA

Ing. Marco Romero

RESUMEN

En la actualidad la práctica de la auditoría, cada vez más se entiende como una actividad indispensable en el proceso administrativo, que por su propio dinamismo requiere de una apropiada y oportuna retroalimentación que aporte a mejorar la toma de decisiones.

Dando por sentada la premisa de que la auditoría se aplica en todas las áreas del que hacer económico y productivo, consideramos exponer el tema bajo tres enfoques:

1. La auditoría como parte del proceso administrativo.
2. La auditoría como herramienta de la función del control.
3. La auditoría como metodología.

Lo anterior permitirá que los señores estudiantes se motiven en el aprendizaje de esta asignatura y en la posterior aplicación en sus emprendimientos o entidades donde ejerzan su profesión.

INTRODUCCIÓN

Como parte de la formación especializada de profesionales en el área de las ciencias económicas, administrativas y de comercio, y, en general para profesionales en otras ciencias, se incluye la asignatura de Auditoría, puesto que se la considera como una herramienta de suma importancia en el desarrollo y práctica de todas las profesiones.

La intención de este artículo es ampliar un concepto de Auditoría que incluye muchos elementos con los que trabajan los administradores y técnicos, y que a su vez se constituyen en el insumo básico de los auditores internos o externos que tienen la responsabilidad de opinar objetivamente y con un grado de especificidad que aporte al mejor desempeño y al logro de los objetivos institucionales.



MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Por tratarse de un artículo relacionado con la práctica de la auditoría en una organización pública o privada en general, se aplicó el método deductivo complementado con criterios devenidos del conocimiento acumulado en varios años de practicar la auditoría en el campo.

Con este fin se ha escogido un concepto moderno que consta en la pág. 4 del Capítulo 1 de Auditoría – Un enfoque Integral – de Alvin Arens, Randal Elder y Mark Beasley – Décimo primera edición-2007.

DESARROLLO DEL ARTÍCULO

“Auditoria es la acumulación y evaluación de la evidencia basada en información para determinar y reportar sobre el grado de correspondencia entre la información y los criterios establecidos. La Auditoria debe realizarla una persona independiente y competente. “

Bajo esta concepción, considero importante refrescar el tema bajo tres enfoques: La auditoría como parte del proceso administrativo, la auditoría como herramienta de la función del control, la auditoria como metodología

La auditoría como parte del proceso administrativo: partiendo de las funciones básicas de planificación. Organización, Dirección, Ejecución y Control en la que cada una tiene por objeto contribuir a la consecución de los objetivos y metas planteadas por los administradores que en su accionar, generan información y documentos, materia prima del control y en consecuencia de la auditoria. En principio se pensó que el control se efectuaba a través de la auditoria, concepto que evoluciona y especializa es de entender que así como se puede administrar cada función de este proceso, la auditoria como herramienta de la administración se refleja en su planificación que plantea objetivos, requiere una organización de equipo, se ejecuta con mediante pruebas de campo y se realiza un control de calidad en su proceso.

La administración en la búsqueda de las famosas “É”, eficiencia, efectividad, economía, ética, ecología y equidad se relaciona directamente con el uso de recursos, obtención de resultados, transparencia e integridad en las acciones y operaciones, responsabilidad social y cuidando del ambiente, se complementa porque necesita de un criterio

independiente y profesional que evalúe y verifique en forma objetiva precisamente ese accionar. Como consecuencia la auditoria expresa un nivel de confianza en la ejecución de operaciones para los usuarios internos y externos, pasando por el cumplimiento de la normativa y lo licito de su naturaleza.

Para ello se necesita una estructura administrativa propia que se traduce en las UAI, en los organismos de control, en los equipos de auditoria tanto interna como externa, equipos que deben tener el carácter de multidisciplinarios, que por cierto deben aplicar el proceso administrativo en esta gran actividad.



La auditoría como herramienta de la función del control: fundamentada en los elementos que lo conforman, esto es la Norma, la Comprobación o Medición del desempeño y la Acción correctiva. Se condiciona por cuanto el control siendo responsabilidad inicial de toda la administración, se conceptúa como control interno que tiene el carácter de concurrente o permanente que se ejecuta a través de las unidades de auditoría interna; sin embargo cambia de enfoque cuando se realiza con posterioridad o es ejecutada por funcionarios independientes o externos a la institución. En consecuencia nacen los conceptos de auditoría interna y externa.

Por lo expuesto se considera a la auditoría una herramienta del control, ésta evoluciona y especializa a tal punto que considerando sus limitaciones de enfoque y alcance, en la actualidad se tienen varios tipos de auditoría, así: Financiera, Operativa o Administrativa, de Gestión, de proyectos, Ambiental, Informática, Gubernamental y últimamente la Auditoría Forense, cada una con su propio enfoque técnico que lo diferencia y complementa.

Con esta visión queda para los profesionales de la auditoría el análisis sesudo del contenido y alcance de lo que debe ser en la práctica una Auditoría Integral.

La auditoría como metodología: sugiere un proceso técnico, un conjunto de fases que hacen posible alcanzar los objetivos propuestos para el examen.

Para generalizar podemos decir que la auditoría, sin entrar a las especialidades, se desarrolla en 4 fases:

- Planeación
- Trabajo de campo
- Comunicación
- Seguimiento

La planeación de una auditoría sugiere un conocimiento de la entidad, institución u organización en que se desarrollará el examen; la determinación de objetivos; la definición del alcance que implica los componentes, ciclos o procesos a analizar así como el período que será cubierto; igualmente se determina el enfoque del trabajo y se prepara el programa de auditoría que incluye el tipo de pruebas de control y sustantivas a aplicar. Esta fase concluye con el Plan de auditoría, la conformación del equipo de auditoría y el cronograma de trabajo desde su inicio con la visita previa hasta la entrega del Informe final de auditoría.

El trabajo de campo comprende algunas tareas que parten de una evaluación del sistema de control interno, la aplicación del programa de auditoría que se traduce en la búsqueda de la evidencia suficiente y competente que sustentará los comentarios y opinión de los auditores. Considera asuntos relacionados con la eficiencia y efectividad de las operaciones, la verificación de las afirmaciones de los administradores, y la evaluación de sus propios controles.

La comunicación de resultados como una actividad permanente de relación entre auditores y auditados que debe efectuarse durante todo el examen, en forma parcial y luego en forma global por medio del Informe final que debe ser previamente conocido y consensuado con los auditados, principalmente para que las recomendaciones sean aplicables y permitan la retroalimentación que se aspira por medio de la orientación de mejoras a las deficiencias detectadas.



En esta etapa tiene importancia especial la elaboración del Borrador de Informe, el cual luego de la reunión o conferencia de comunicación se transforma en Informe final que se entrega a los involucrados, cuidando el concepto del debido proceso.

El seguimiento es una fase posterior a la ejecución misma de la auditoría que se orienta a la implementación de las recomendaciones en el campo, es decir a la mejora de los aspectos deficitarios, a hacer efectiva la retroalimentación como fundamento del inicio de un nuevo proceso administrativo.

Es de suma importancia insistir en la gran responsabilidad que tiene el auditor para preparar sus Informes y emitir sus opiniones o dictámenes, pues no solo tienen que ver con estructuras o transacciones, componentes o ciclos, procesos o sistemas, sino con las personas, los humanos que lo realizan o ejecutan al igual que el auditor aplica su programa.

CONCLUSIÓN

La aplicación de una metodología para realizar una auditoría a cualquier organización depende del alcance que se haya definido para el examen, así como del criterio profesional de quien lo ejecuta.

El informe de Auditoría debe contener conclusiones y recomendaciones que aporten a la alta dirección de una institución en la toma de acciones correctivas oportunas, y, contribuyan a la adopción de decisiones adecuadas.

La opinión del auditor por su carácter técnico e independiente se traduce en confianza para el desarrollo normal de actividades por parte de los administradores del ente auditado.

REFERENCIAS

- Auditoría Enfoque Integral: Alvin Arens – Randal Elder – Mark Beasley; 2007; Mac Gran Hill.
- Control Interno; Milton Maldonado: 2000
- Manual de Auditoría Gubernamental; CGE; www.contraloría.gob.ec

RIESGO ADMINISTRATIVO Y PLAN DE CONTINGENCIAS

Ing. Xavier Tigselema Mgs.
Ing. Iralda Benavides

RESUMEN

En el manejo administrativo actual se hace fundamental relacionar el riesgo con los posibles impactos que los procesos, procedimientos, actividades pueden sufrir en las organizaciones a fin de mitigar dichos riesgos con la implementación adecuada de un plan de contingencias.

INTRODUCCIÓN

El riesgo es una medida probabilística que pueden sufrir un cierto impacto frente a un peligro en un periodo de tiempo. Este concepto se lo puede aplicar tanto para riesgos laborales como administrativos, es en este último donde se pueden exteriorizar riesgos como el incumplimiento de metas y objetivos, procesos, proyectos o de una actividad específica, la afectación a los intereses económicos de la organización, la falta de credibilidad, la pérdida de clientes y ganancias, etc.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN UTILIZADO

La modalidad de investigación es cuantitativa - cualitativa, con énfasis en el aspecto cualitativo porque el campo de acción se refiere a un problema social y desde ese aspecto, se toma como referencia la opinión de la ciudadanía ecuatoriana

Método Analítico - Sintético: El análisis se desarrolló en partes el problema de investigación, con la intención de describir, enumerar, demostrar, pero principalmente explicar las causas de los hechos o fenómenos que constituyen la investigación.

A través de este método, se procederá al análisis de la información recopilada para explicar las causas que generan el problema.

RIESGO ADMINISTRATIVO Y PLAN DE CONTINGENCIAS

Las organizaciones ecuatorianas con frecuencias muestran una acertada preocupación por mitigar los riesgos laborales con la finalidad de precautelar la salud física y mental de sus trabajadores, pero en la actualidad el manejo administrativo de todas organizaciones sea cual sea su tamaño y sector productivo requieren prioritariamente identificar y mitigar los riesgos administrativos tanto internos como externos que se presenten. Pero como hacerlo y en base a que metodología es el inconveniente que se presenta con mucha frecuencia.

Para contestar esta interrogante hemos desarrollado una metodología de fácil aplicación que evalúa tanto los riesgos internos como externos a través de la utilización de la Matriz FODA en especial de las amenazas que se convertirán en los riesgos externos y de las debilidades que identificarán los riesgos internos de las organizaciones, paso seguido se asignará y cuantificará la Urgencia, tendencia e impacto del riesgo asignándoles un valor en base a un rango del 1-10 siendo (1 de menor impacto y 10 de mayor impacto), al final se totalizará los valores de las tres unidades cuantificadas.

VALOR DEL RIESGO	
EVALUACIÓN CUANTITATIVA	
CATEGORÍA	VALOR
INTOLERABLE MUY GRAVE	> 28 <= 30
IMPORTANTE GRAVE	> 26 <= 28
MEDIO	> 24 <= 26
ACEPTABLE LEVE	> 22 <= 24
TRIVIAL MUY LEVE	0 a 22

Elaborado por: Los autores

Concluido este proceso es necesario evaluar los riesgos mediante la utilización de un cuadro de medición cuantitativa que permita priorizar los riesgos en función a su nivel de probabilidad y afectación como se muestra en las siguientes matrices de evaluación.

Acto seguido se priorizará el riesgo en función a los valores obtenidos como se muestra en la tabla 1.2. y en la tabla 1.3., una vez evaluados e identificados los riesgos que afecten el manejo administrativo de manera directa es necesario establecer un plan de contingencias que permita mitigarlos.

Tabla 1.2.

EVALUACION DEL RIESGO CONCECUION DE METAS Y OBTETIVOS INSTITUCIONALES ORGANIZACIÓN "XYZ"					
MAPA DE RIESGOS					
RIESGOS INTERNOS					
DESCRIPCIÓN	URGENCIA	TENDENCIA	IMPACTO	TOTAL	NIVEL DE RIESGO
ACTIVOS FLUOS IMPRODUCTIVOS	6	6	6	18	
REDUCCIÓN EN VENTAS	10	10	10	30	
LENTITUD EN EL TRAMITE DE FACTURACION	9	8	9	26	
FALTA DE DIFUSION	9	9	8	26	
INCREMENTO DE LA CARTERA VENCIDA	10	9	9	28	
FALTA DE PERSONAL COMPETENTE Y CAPACITADO PARA EL DESARROLLO DE PROCESOS	10	10	10	30	
DEFICIENTE CLIMA LABORAL	10	9	9	28	
PRIORIDAD RIESGO					
1	REDUCCIÓN EN VENTAS				
2	FALTA DE PERSONAL COMPETENTE Y CAPACITADO PARA EL DESARROLLO DE PROCESOS				
3	INCREMENTO DE LA CARTERA VENCIDA				
4	DEFICIENTE CLIMA LABORAL				
5	LENTITUD EN EL TRAMITE DE FACTURACION				
6	FALTA DE DIFUSION				
RIESGOS EXTERNOS					
DESCRIPCIÓN	URGENCIA	TENDENCIA	IMPACTO	TOTAL	NIVEL DE RIESGO
INCREMENTO DE PRECIOS EN BIENES Y SERVICIOS	10	7	9	26	
CAMBIO EN LA LEGISLACION VIGENTE	10	9	9	28	
DEFICIENTE CADENA DE DISTRIBUCION	10	9	9	28	
CAMBIOS TECNOLOGICOS EN LOS SISTEMAS OPERATIVOS	10	10	10	30	
PRIORIDAD RIESGO					
1	CAMBIOS TECNOLOGICOS EN LOS SISTEMAS OPERATIVOS				
2	DEFICIENTE CADENA DE DISTRIBUCION				
3	CAMBIO EN LA LEGISLACION VIGENTE				
4	INCREMENTO DE PRECIOS EN BIENES Y SERVICIOS				

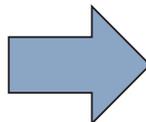
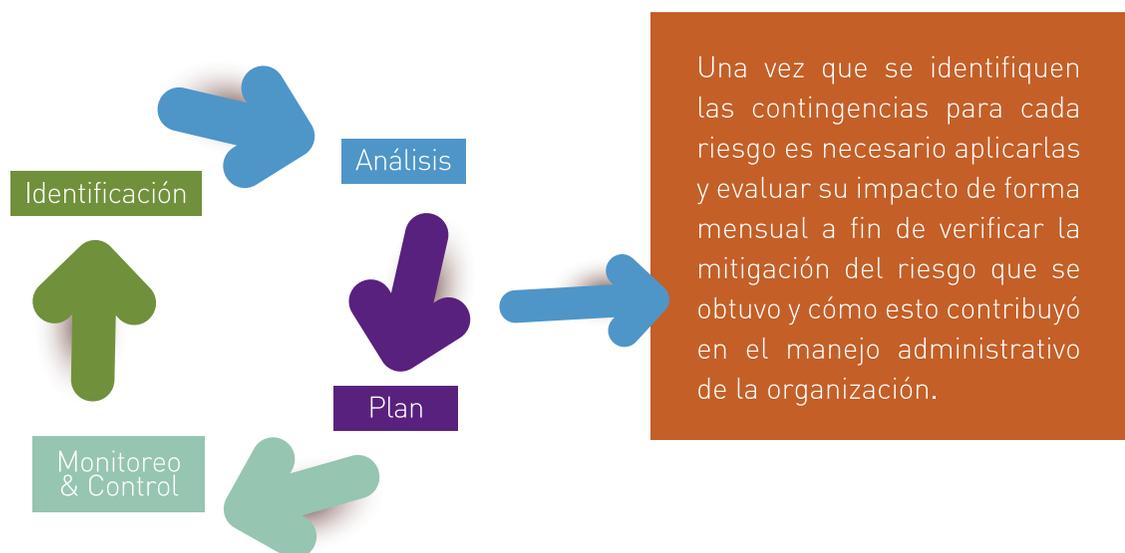


Tabla 1.3.

PLAN DE CONTINGENCIAS DEL RIESGO CONCECUION DE METAS Y OBTETIVOS INSTITUCIONALES ORGANIZACIÓN "XYZ"		
RIESGOS INTERNOS		
RIESGOS	NIVEL DE RIESGO	CONTINGENCIA
REDUCCIÓN EN VENTAS		Mejorar la atención al cliente
FALTA DE PERSONAL COMPETENTE Y CAPACITADO PARA EL DESARROLLO DE		Capacitar al personal Mejora en el proceso de selección y
INCREMENTO DE LA CARTERA VENCIDA		Venta de la cartera vencida
DEFICIENTE CLIMA LABORAL		Mejorar las relaciones interpersonales, mediante la mitigación del riesgo psicosocial
LENTITUD EN EL TRAMITE DE FACTURACION		Reestructuración de los procesos
FALTA DE DIFUSION		Campaña de publicidad agresiva
RIESGOS EXTERNOS		
RIESGOS	NIVEL DE RIESGO	CONTINGENCIA
CAMBIOS TECNOLOGICOS EN LOS SISTEMAS OPERATIVOS		Evaluación de sistemas tecnológicos
DEFICIENTE CADENA DE DISTRIBUCION		Mejora en la distribución de bienes y servicios
CAMBIO EN LA LEGISLACION VIGENTE		Planificación en base a supuestos graves
INCREMENTO DE PRECIOS EN BIENES Y SERVICIOS		Alianzas estratégicas con proveedores

Fuente: Tabla 1.2 y Tabla 1.3
Elaboración: Los Autores



CONCLUSIÓN

Si no se identifican y evalúan los riesgos administrativos las metas y objetivos, procesos, proyectos, actividades específicas, intereses económicos de la organización, credibilidad, clientes y ganancias, serán afectados de forma grave provocando incluso el cierre de la organización.

REFERENCIAS

<http://ahuramazdah.wordpress.com/2008/04/01/riesgos-administrativos-introduccion/>
<http://arambula-20.blogspot.com> (imágenes)

LA IMPORTANCIA DE LOS SISTEMAS DE COSTOS TRADICIONALES Y MODERNOS PARA FIJAR PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO Y CONSEGUIR EL DESARROLLO EMPRESARIAL

Dra. Mónica Falconí Mgs.

Resumen

En el Ecuador el 90% del total de las empresas registradas, son pequeñas y medianas empresas existiendo 1.143 industrias la mayoría de las mismas no cuentan con un sistemas de costos.

La importancia de los sistemas de costos de producción tradicional o moderna permite fijar precios de venta al público, contar con una utilidad real, competir en el mercado y lo más importante sobrevivir. En la actualidad se ha llegado a conocer que la mayoría de industrias aplican costos empíricos en base a la experiencia, sin contar con procesos técnicos que nos permiten tener datos reales y conseguir el desarrollo empresarial.

Existen sistemas tradicionales como Sistema de Costos por Órdenes de Producción, Costos por Procesos y Costos Estándar y un sistema moderno como es el Costo ABC el mismo que se basa en actividades.

Introducción

En la actualidad las empresas se enfrentan a un mundo muy competitivo en el cual las exigencias del mercado día con día son mayores, exigencias que obligan a estas a adoptar sistemas contables que no solamente les sean útiles para determinar el costo de producir y vende un bien, o servicio sino que también les generen información útil para la acertada toma de decisiones, les permita mejorar el desempeño de la empresa optimizando los recursos, reduciendo los costos y a la vez constituyan estos sistemas contables un adecuado medio de control de las operaciones.

Existe en el Ecuador 1.143 industrias consideradas como Pymes las mismas que son emprendimientos importantes muchas de ellas no tienen profesionales en el campo de los costos, tampoco cuentan con un sistema que nos permita calcular costos unitarios y en conjunto para poder determinar precios de venta al público, utilizar estrategias para reducir costos y lo que es peor no calculan una utilidad real para pagar utilidades a los trabajadores y pagar el impuesto a la renta.

El no contar con un sistema de costos que permita utilizar estrategias de producción es un peligro para las industrias.

Productos con variaciones

		En dólares
		Entre
	Litro de aceite	2,50 y 2,80
	Achiote	0,60 y 0,70
	Snacks	0,30 y 0,40
	Jugos	0,40 y 1,00
	Atún mediano	1,25 y 1,41
	Tallarín 400 gr	1,00 y 1,25

Fuentes: Mercados y distribuidoras de Guayaquil

EL UNIVERSO

Costos Predeterminados, son costos anticipados que indican lo que debe costar un producto o la operación de un proceso durante un período, sobre la base de ciertas condiciones de eficiencia, dentro de los cuales tenemos Estimados y Estándar.

Sistemas modernos como el ABC que se trata de un método de costeo de la producción basado en las actividades realizadas en su operación. El método es diseñado para las empresas de manufactura, sin embargo se extiende a las empresas de servicios.

El ABC es una filosofía actual, pero se utilizaba desde hace varios años en numerosas empresas sin asignarle un nombre a las actividades desarrolladas en la producción, como se hace ahora.

Los costos ABC asignan los costos en forma más racional para mejorar la integridad del costo de los productos o los servicios. Prevé un enfrentamiento más cercano o igualación de costos y sus beneficios, combinando la teoría del costo absorbente con la del costeo variable, ofreciendo algo más innovador.

El resultado que la Industria manufacturera logra a través de cualquiera de los sistemas, es gracias a la combinación de los tres elementos del costo como son materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, el éxito depende de la correcta aplicación y su combinación en el proceso productivo.

El proceso de costos es muy variable y necesario, en la práctica el uso de este es muy complejo debido al cambio estructural que se da en cada fase de producción, ya sea en el proceso mismo o el producto terminado.

Todo empresario debe incluir en su proyecto de negocio el uso de costeo para su mejor control y así lograr una gestión eficiente.

CONCLUSIÓN

Dar a conocer a las industrias del sector la importancia de la aplicación de los sistemas de costos para obtener una utilidad real, aplicar precios de venta al público que nos permita recuperar los costos y competir, utilizar estrategias de producción, colocar en el mercado nuevos productos, disminuir los desperdicios, recuperar valores a través de la utilización o venta de los subproductos.

Un Sistema de Costos en las PYMES constituye un Sistema de Gestión indispensable para tomar decisiones acertadas, porque estos determinan la viabilidad del negocio, el grado de productividad y eficacia en la utilización de los recursos.

REFERENCIAS

- El Contador (2009), Boletín El Contador.
- Contabilidad de Costos, Bernard Hargadon, Armando Munera Cárdenas.
- Ecos Pymes (2009).

LA IMPORTANCIA DEL AHORRO

Ing. Joanna Gallardo, Mgs.
Ing. María Teresa Tirado

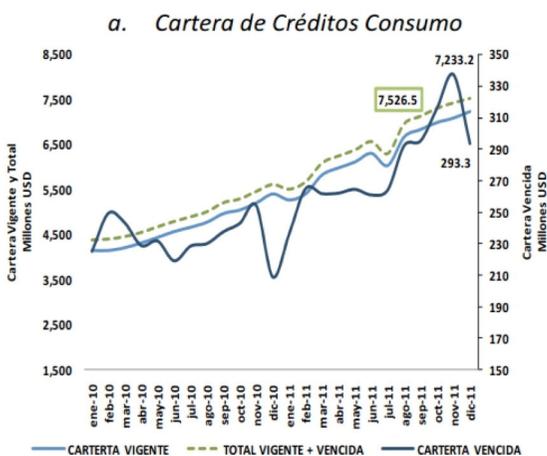
RESUMEN

En el presente artículo se ha analizado y justificado la necesidad de ahorrar, los beneficios que conlleva el ahorro, las estrategias que servirán de guía para quienes deseen despojarse de las deudas y estén motivados a romper las cadenas del endeudamiento.

INTRODUCCIÓN

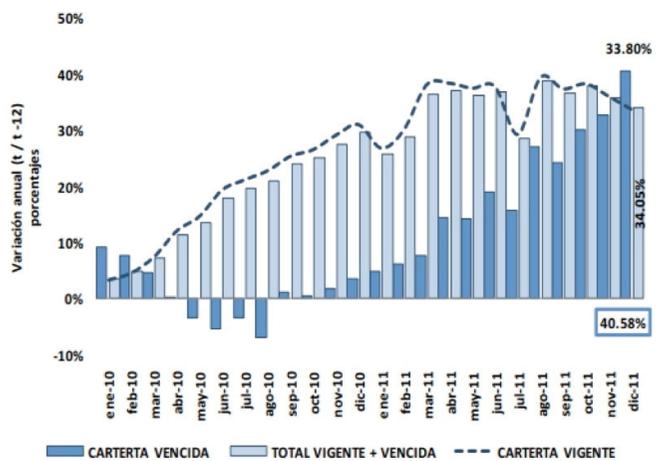
En el Ecuador existe un alto nivel de endeudamiento, basándose en datos del Banco Central del Ecuador se determina que del año 2009 al 2010 existió un incremento considerable en el volumen de crédito del 28,99% y del año 2010 al 2011 existe un incremento de 17,06%, este análisis es muy general.

Si se realiza un análisis específico de los créditos de consumo que se muestran en los siguientes gráficos se puede identificar que la tendencia del crecimiento del crédito es alta.

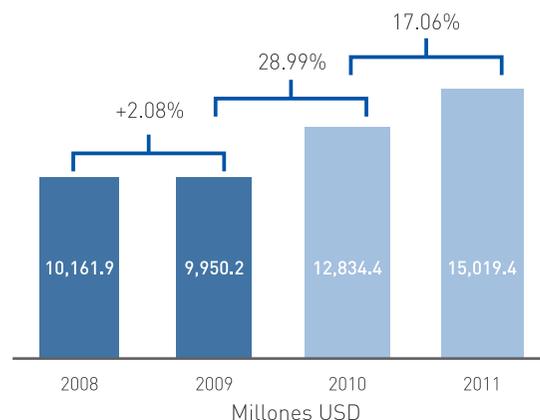


FUENTE: Banco Central del Ecuador.

b. Tasas de variación anual



b. Variación volumen de crédito



MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

En el presente artículo se utilizó la investigación de campo, se realizó una observación directa a la realidad y a la vivencia personal.

DESARROLLO

Dejar de vivir como la cucaracha es importante, ser esclavos de pagar intereses a las Instituciones Bancarias por acceder siempre a un crédito con el fin de adquirir un bien o servicio es una mala costumbre por una sola razón, PORQUE NO SE PUEDE AHORRAR.

La mayoría de la gente hace una larga lista para adquirir cosas innecesarias y para ser aceptados por la sociedad.

Las personas no se dan cuenta de que lo que se está adquiriendo solo sirve para satisfacer la necesidad de sentirse alagados por el resto de cucarachas envidiosas.

Ahora bien, vivimos bombardeados de páginas vistosas que atraen la atención e inducen al consumo, otro de los factores justificativos de las cucarachas anti-ahorro será que ahora obtener tarjetas de crédito será gratis y además quizá ya no existan los burós de crédito y se podrá acceder a préstamos de las Instituciones Financieras aunque no se tenga un buen récord crediticio.

Cuando el General María Urbina abolió la esclavitud en 1851 no se dio cuenta que debió también abolir la mala costumbre del endeudamiento, ya que pagar deudas permanentes es ser esclavos de los acreedores; se trabaja para ellos siempre.

Las personas endeudadas no tienen tranquilidad o equilibrio en sus vidas, viven agitados cansados y con premura; es hora de romper las cadenas del endeudamiento.

Para solucionar todos aquellos males que conlleva el endeudamiento, nació el ahorro y es imprescindible conceptualizar esta palabra tan importante, entonces decimos que el ahorro consiste en mantener un balance entre los ingresos y los gastos, de modo que siempre quede un excedente productivo para el futuro, dicho en otras palabras: guardar en "época de vacas gordas" para poder enfrentar las crisis y los debacles.



LOS BENEFICIOS DE AHORRAR

No es bueno gastar el dinero adquiriendo cosas innecesarias, es importante fijarse metas y al mismo tiempo vivir con un propósito sin estrés, con buen ánimo y disponer de la mayoría de los ingresos en lugar de pagar altos costos de financiamiento.

SUGERENCIAS

- Empiece ahora y deje de gastar en gustos suntuosos sin pensar en el mañana.
- Planifique su dinero y destine un porcentaje al ahorro.
- Invierta el dinero para obtener beneficio de él.
- No desperdicie más su tiempo y el trabajo arduo de todos los días, deje de ser cucaracha y empiece a volar.

CONCLUSIÓN

- Si se pagan las deudas se podrá comenzar a ahorrar.
- Dejar de ser una persona gastadora es una medida que se logra con constancia y voluntad, con la cual se puede desarrollar una cultura de ahorro en el hogar.
- Despojarse de las cadenas y de las presiones emocionales que causa el endeudamiento permitirá vivir con tranquilidad.

REFERENCIAS

- Diario El Comercio (2012), El Ecuador está sobre endeudado
- Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. www.sbs.gob.ec
- Banco Central del Ecuador. <http://www.bce.fin.ec>
- Diario El mundo <http://www.elmundo.com>
- Cómo ganar tu libertad financiera. <http://www.libertadfinancieraeninternet.com>

ESTUDIO DEL SISTEMA TURÍSTICO EN LA ZONA DE MAYOR DINÁMICA TURÍSTICA DEL CANTÓN PUJILÍ, (PARROQUIAS LA VICTORIA, LA MATRIZ Y ZUMBAHUA) PARA DETERMINAR LA BASE DE SU REALIDAD TURÍSTICA

Ing. Maricela Pulloquina

RESUMEN

Es un estudio de la realidad turística y los elementos que componen el sistema turístico de la zona de mayor dinámica turística del cantón Pujilí (parroquias La Victoria, La Matriz y Zumbahua) en la provincia de Cotopaxi. Todas las etapas del estudio requirieron de zonificación, búsqueda de una herramienta oficial que entregue oficialidad y registro de la información a través del trabajo de campo. El estudio desarrollo secuencialmente y obtuvo los siguientes resultados: Registro de los atractivos naturales y manifestaciones culturales que constituyen los recursos de la zona de mayor dinámica turística de Pujilí, para la cual se toma como base el Inventario de atractivos turísticos que el Ministerio de Turismo registra para el Cantón y se aplica la Metodología para Inventario de Atractivos que propone el mismo Ministerio, Registro de servicios y facilidades que se prestan en la zona; hospedaje y alimentación fueron registrados para obtener el catastro de servicios turísticos completo y actualizado de la zona de estudio, a través de la confrontación de dos metodologías el equipo investigativo genero una tercera innovadora. Determina y cuantifica el ingreso de la Demanda turística en la zona; Se conoce de antemano que la corriente turística del cantón se desplaza al interior del mismo mediante tres vías principales de acceso, así se ubican tres puntos estratégicos para determinar la corriente turística de la zona de estudio. Estableció líneas de acción del mercado local para el desarrollo sostenible de la zona, mediante un análisis socio cultural y legal del cantón el área de estudio posee dentro de su espacio geográfico condiciones para la implantación de equipamiento e instalaciones destinadas a prestar servicios óptimos de alojamiento, alimentación y recreación. Con relación a la calidad de la infraestructura, vialidad y servicios básicos, se encontraron algunas deficiencias, principalmente en los servicios básicos, vitales para la prestación de servicios de calidad.

INTRODUCCIÓN

El turismo es un importante incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas urbanas y rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes, con lo que se logra disminuir el éxodo. El turismo, en los últimos años se ha venido afirmando como una actividad bondadosa con el medio ambiente, la cultura y las economías locales, además que está dirigido a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos. Este sector viene impulsando la valoración de los modos de vida tradicionales, cada vez mayor conciencia ecológica y contacto con la naturaleza.



Foto: Iglesia Matriz de Pujilí

No obstante, el turismo no es la panacea para solucionar los problemas que plantea el desarrollo, ni todas las zonas urbanas y rurales tienen potencialidades reales para llevar a cabo esta actividad, o requieren de elementos del entorno que lo favorezcan tales como la accesibilidad, la salubridad o la seguridad. Sería un error considerar el turismo como la única alternativa posible a la agricultura o a otra actividad económica local. La única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico es revisando los atractivos del territorio, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.

Conscientes de esta realidad la presente investigación aborda y logra determinar la base de la realidad turística de la zona de mayor dinámica turística del Cantón Pujili, aporta a la revisión precisa del potencial turístico del territorio, constituyéndose en una base para la toma de decisiones de los organismos de desarrollo públicos y privados, ya que les permite minimizar los riesgos de implicarse en malas decisiones.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación documental se basó en la temática del sistema turístico, además se recabo información en el contexto socio económico y socio cultural de la zona de mayor dinámica turística del Cantón Pujili.

Durante la investigación de campo, al hacer el inventario de atractivos turísticos así como también el Catastro de servicios turísticos, se utilizó la técnica de la observación al igual que la entrevista, ya que no basta con observar para identificar el patrimonio turístico hay que informarse de manera directa con personas que viven y/o trabajan en lugares potencialmente turísticos.

Las herramientas elegidas fueron las fichas de inventario de atractivos propuesto por el Ministerio de turismo del Ecuador. Al hacer el estudio que determinó cualitativa y cuantitativamente la demanda turística en la zona se utilizó la encuesta y el muestreo por la calidad de la información que se obtienen de ellos. Finalmente se identificaron y analizaron los programas municipales, y sectoriales aplicados a la zona de estudio.

REGISTRO DE LA ACTUALIZACIÓN DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Zonificación

El espacio turístico sujeto de estudio se distribuyó en tres centros turísticos y un corredor, Zumbahua, La Matriz, La Victoria, y el corredor Zumbahua – Chugchilan, respectivamente.



La actualización inicio en base al Inventario del Cantón y que fue facilitado por la oficina de turismo del GAD del Cantón Pujilí este documento registra 3 Sitios Naturales y 12 Manifestaciones Culturales, una vez aplicada la metodología se registra : 4 atractivos naturales: Cañón de Zumbahua, cerro Sinchahuasin, Laguna del Quilotoa, y KintiSilli fenómenos geológicos formado por montículos de piedra, grandes laberintos de rocas, de fácil acceso, además es un mirador desde donde se puede disfrutar del colorido paisaje andino. En la categoría de Manifestaciones Culturales el estudio realizado encontró dentro de la zona 13 Manifestaciones Culturales, de las cuales 9 son de tipo Etnográfico y 4 de tipo Histórico mencionando que el 54% se localizan el que es la parroquia La Matriz el 38% en Zumbahua, y solo un 8% en La Victoria. La investigación de campo suma al listado anterior de atractivos el recurso turístico: Santuario Santo Rumi, es un templo donde existe la imagen un niño santo que es venerado por toda la parroquia realizan los festejos todo los años el mes de enero, los priostes de turno realizan las fiestas con los disfrazados como yumbitos, reyes magos, negros, blancos y caporales. En el cantón Pujilí la investigación de campo permite afirmar que el 75% de atractivos naturales y el 58% de atractivos culturales se encuentran conservados. En lo que refiere a la difusión de los atractivos el 50% de las manifestaciones culturales tienen una difusión local, el 25% nacional y el otro 25% internacional. La accesibilidad a los atractivos naturales y culturales en su mayoría presenta carretera primer y segundo orden.

REGISTRO DE SERVICIOS Y FACILIDADES

Zonificación

Previo el registro de servicios y facilidades (Hospedaje y Alimentación) de la zona de mayor dinámica turística del cantón Pujilí se determinó realizar la zonificación tomando en cuenta las parroquias de mayor concurrencia de turistas así como también las de mejor acceso vial (parroquias La Matriz, La Victoria y Zumbahua),

Catastro de servicios y facilidades del Cantón Pujilí

Partimos del registro de la Planta Turística del Cantón Pujilí, información facilitada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pujilí. En el análisis de los 3 últimos años de acuerdo con el registro, el promedio de turistas de los meses de mayo y junio es de 430 turistas por mes lo que ratifica que en la zona de mayor dinámica turística del cantón Pujilí si existe un corriente turística y se observa el aumento notable de turistas; además se coincide en los datos obtenidos por el grupo de demanda al obtener datos aproximados de encuestados demostrando así la autenticidad de la información recopilada en el presente estudio. En todos lo establecimientos hoteleros y extra hoteleros registrados, se valora que el 70% de los visitantes a esta zona es de origen extranjero, demostrándose que la zona estudiada tiene amplia acogida por personas foráneas.

DEMANDA NACIONAL

Del total de turistas nacionales encuestados existe un flujo turístico del 56% procedente de la ciudad de Quito hacia la zona de mayor dinámica turística del cantón nacionales encuestados, ingresó por la vía principal que conecta a la ciudad de Latacunga y Pujilí,

ciudad de mayor proximidad al cantón no aporta con un alto porcentaje turístico, pues representa el 19% del flujo turístico nacional total de la zona. El género de los turistas que arriban al cantón se distribuye de la siguiente manera: 58% femenino y 42% masculino. De los turistas que visitan el cantón Pujilí un 47% permanecen en la zona estudiada menos de un día, visitando el lugar momentáneamente, mientras que un 41% de turistas permanecen 1 día, permitiendo determinar que el turista nacional no utiliza en su totalidad los servicios de alojamiento del cantón, provocando pérdida de posibles ingresos a la zona por la prestación de este tipo de servicios, determinando también que el turista nacional considera al cantón Pujilí como una ciudad de paso, pues no pernocta en la zona más de un día.

Del total de turistas nacionales encuestados, el 49% se desplaza hacia la zona en grupos de 3 a 4 personas, lo que permite establecer que existe un alto porcentaje de turistas nacionales que se desplazan en grupo familiar o de amigos hacia el sector de estudio.

El 44% de los turistas encuestados utilizó un auto propio como medio de transporte hacia el cantón. El 84% de turistas nacionales encuestados, ingresó por la vía principal que conecta a la ciudad de Latacunga y Pujilí.

Del total de turistas encuestados el 42% utiliza un presupuesto comprendido entre los rangos de 21 a 50 dólares al viajar y/o visitar el cantón Pujilí, cifra acertada pues la mayoría de turistas nacionales que visitan la zona no permanecen mas de un día en el cantón, lo que provoca que no generen un gasto turístico mayor a mencionados rangos de presupuesto en la zona.

El 53% de los turistas nacionales encuestados presentan un grado de satisfacción alto "Muy satisfechos", al visitar la zona de mayor dinámica turística del cantón Pujilí, lo que determina que de una u otra forma el turismo del sector se encuentra en un grado apto de prestación de servicios y facilidades turísticas, siendo esta una zona muy bien acogida por el visitante nacional; sin embargo se deberán tomar acciones que permitan mejorar aún mas la situación turística del sector pues el 43% de turistas mencionaron que su grado de satisfacción con la visita al cantón se desarrollo en un nivel promedio "Medianamente satisfecho", lo que probablemente incidiría para que el tiempo que el turista nacional permanece en el cantón sea menos de un día.

DEMANDA INTERNACIONAL

Del total de turistas extranjeros encuestados (168 turistas) existe un flujo turístico del 29% procedente de EE.UU hacia la zona de mayor dinámica turística del cantón Pujilí, seguido de turistas Canadienses que representan el 15% lo cual permite determinar que existe una mayor acogida del cantón estudiado, en el mercado turístico Norteamericano.

Los países vecinos de mayor proximidad al país como Colombia y Perú no representan un alto porcentaje de flujo turístico hacia la zona, pues representan apenas un 5% y 1% respectivamente.

El 52% de los turistas extranjeros encuestados conoció el cantón por medio del internet, indicando que la zona estudiada es un mercado turístico de promoción internacional. Otra cifra que se debe tomar en cuenta es que el 20% de turistas extranjeros conoció el cantón por medio del uso de servicios prestados por las agencias de viajes, lo que indica que este tipo de establecimientos si promueven los recursos turísticos del cantón.

Se puede demostrar también que la zona estudiada tiene gran acogida en el mercado turístico Europeo, pues países como Inglaterra, Francia y España, que si bien es cierto no aportan con porcentajes muy altos en comparación con la procedencia de turistas de países norteamericanos, si contribuyen con el desarrollo de la demanda turística del sector.

El 49% de los turistas extranjeros encuestados visitan el cantón debido a que les resultan atractivos sus atractivos naturales y por ende es el principal motivo de su viaje, a diferencia del turista nacional al cual le atrae en un mayor porcentaje el ámbito cultural de la zona.

De los turistas extranjeros que visitan el cantón Pujilí un 38% permanecen en la zona estudiada al menos un día, mientras que un 37% permanece de 2 a 3 días en el cantón, permitiendo determinar que este tipo de turista aporta ingresos al sector.

CONCLUSIÓN

Equipos multidisciplinares, formado por técnicos y estudiantes de la ESPE-L, han desarrollado este trabajo investigativo, el mismo que a través de exploraciones comprensivas del entorno en el que se desenvuelve la actividad turística en la localidad, contribuyen al fortalecimiento de la competitividad del sistema turístico a través de la dinamización turística y de las cadenas de valor, con productos y servicios sostenibles de calidad con valores agregados y destinos seguros, que permitan al turista disfrutar plenamente del atractivo, demostrando que: El potencial turístico de la provincia de Cotopaxi es una oportunidad para mejorar las condiciones de vida de los cotopaxense y ecuatorianos

REFERENCIAS

- Espinosa Maribel (2005), Anteproyectos de investigación turística. Trillas.

ECOTURISMO UNA ESTRATEGIA A LA CONTRIBUCIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

Ing. Angélica González Mgs.
Ing. Cristina Nasimba Mgs.

RESUMEN

En los últimos años, a nivel nacional e internacional, cada vez son más las personas que buscan opciones diferentes para disfrutar de mejor manera sus vacaciones; dejando a un lado la playa, y a su vez buscando el contacto con la naturaleza, el conocimiento de otras culturas y modos de vida, o vivir una pequeña aventura en un paraje remoto; es el llamado eco-turismo.

Es por esta razón por la cual ciertas comunidades se han visto forzadas en crear nuevos sistemas productivos, siendo el ecoturismo una actividad que permite disminuir el deterioro del medio ambiente y proteger los recursos naturales, a través del trabajo conjunto, fortaleciendo de esta manera el desarrollo sostenible, concepto que hoy en día el Gobierno ecuatoriano, en conjunto con organismos públicos y privados se encuentran fomentando.

Sin embargo, este último fragmento es discutible, debido a que todo crecimiento económico significativo, implica, en menor o mayor escala, la destrucción de la naturaleza.



INTRODUCCIÓN

El ecoturismo tiene como propósito permitir al turista disfrutar y aprender de las maravillas históricas, culturales y naturales de enclaves únicos, a la vez preservar su integridad y estimular el desarrollo económico de la población local.

Según Blamey (Weaver, Ed. 2001,6-10) el ecoturismo tiene 3 pilares esenciales:

1. Está basado en la naturaleza, la cual es una de sus características más obvias y uno de los pilares más fuertes de la actividad. No puede haber ecoturismo sin tener una experiencia en un área natural.
2. Es educativo ambiental y culturalmente, teniendo en cuenta dos propósitos: primero el de educar sobre atractivos naturales o culturales, y el segundo con la visión de minimizar el impacto ambiental y cultural a través del incentivo hacia una conciencia conservacionista.
3. Debe ser manejado sustentablemente, satisfaciendo las necesidades de las presentes generaciones sin comprometer la habilidad de las generaciones venideras de enfrentar sus propias necesidades.

Así también, genera ingresos para las comunidades en las cuales ocurre, sin prescindir de la conservación de sus recursos.

En base a lo expuesto anteriormente se puede indicar que el ecoturismo tiene una responsabilidad con la sociedad y el ambiente, y por esa razón siempre al ecoturismo se asocia con el término de turismo sostenible.

En Ecuador el turismo se ha convertido desde el año 2007, en la cuarta actividad más importante, según la Balanza de Pagos del Ecuador (Cuentas Viajes y Transporte de Pasajeros), de acuerdo al Banco Central del Ecuador, y por dicho motivo el Gobierno actual en base al Plan Nacional de Buen Vivir, y al Plan Integral de Marketing del Ecuador, a través de sus estrategias, se encuentran trabajando en el fortalecimiento del trabajo conjunto entre organismos públicos y privados; como es el caso del Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo, y otras organizaciones no gubernamentales, que vienen desarrollando efectivamente aunque a pasos lentos un ecoturismo sostenibles, preservando los recursos tanto naturales como culturales, fortaleciendo a las entidades públicas y privadas y además comercializando al país como un destino eco turístico.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Para iniciar con la explicación del desarrollo que se tuvo en la investigación, primeramente es importante hacer un reconocimiento a lo que Popper¹ dijo: para identificar la generación de conocimiento es necesario analizar las diferentes teorías que van más allá de ver su falsedad o verdad, lo importante es la funcionalidad y la utilidad de las misma.

La investigación está dirigida a los pobladores que estén directamente relacionados con la actividad del turismo y/o ecoturismo, de las parroquias del cantón Riobamba; para lo cual se baso en la metodología explorativa permitiendo ahondar en la funcionalidad que ha tenido el ecoturismo para dichas comunidades que trabajan en esta actividad.

Además se utilizó la metodología descriptiva, la cual ha permitido detallar cual es el conocimiento y la aplicación, que tienen los pobladores de las comunidades de la parroquia de San Juan, del cantón Riobamba, basándose en encuestas, y entrevistas a los presidentes de las juntas parroquiales.



DESARROLLO

El Ecoturismo en Ecuador, caso Parroquia San Juan, Cantón Riobamba, Provincia Chimborazo.

El crecimiento de la actividad del turismo en el Ecuador se determina a partir de los años 90, debido a los beneficios económicos, permitiendo que dicho incentivo fomente el crecimiento de una actividad "ecológica".



Para ciertos personajes el ecoturismo se ha convertido en la solución a la escasez de trabajo en los campos, otros lo ven como un elemento básico de crecimiento económico.

El término ecoturismo se ha utilizado para promover diversas actividades turísticas desarrolladas en el entorno natural, debido a que las comunidades de la parroquia de San Juan, en el cantón Riobamba, cuentan con un sin número de atractivos turísticos, los cuales permiten capturar a los turistas interesados en aspectos de naturaleza y cultura local.

El ecoturismo es parte del turismo de naturaleza, el cual presenta gran variedad de ofertas naturales como lagos, ríos, montañas, bosques, nevados, desiertos, entre otras. En estos escenarios y de acuerdo a la motivación e interés del turista, se desarrolla diferentes actividades recreativas tales como cabalgatas, acampadas, caminatas, escalada, etc.

Si estas actividades no son planeadas o gestionadas de acuerdo a las características de los ecosistemas y la cultura de las regiones visitadas se puede causar impactos ambientales negativos que lleguen a destruir los propios recursos que constituyen el atractivo turístico, caso que se viene dando en ciertas comunidades de la parroquia de San Juan, debido a que varias personas únicamente les ha interesado el dinero, y no el trabajo en conjunto, provocando ciertos impactos negativos.

Para que el ecoturismo contribuya al desarrollo sostenible de las regiones, y pueda ofrecer especial atención a las localidades turísticas de la parroquia San Juan, cantón Riobamba se deben desarrollar lineamientos o principios que lo sustenten, debido a que tan solo el 25% de los pobladores de las parroquias del cantón Riobamba conocen y desarrollan efectivamente el ecoturismo, el 75% lo realiza empíricamente, desarrollándose de esta manera varios impactos negativos perjudiciales a corto y mediano plazo al ambiente.

CONCLUSIÓN

La conciencia ambiental y social continua incrementándose, lo que se traduce en una mayor demanda por destinos sostenibles, en donde la naturaleza, los recursos ambientales y las comunidades locales determinarán las reglas del juego.

Es así como se puede observar en el barómetro turístico, como el crecimiento del número de visitantes a las áreas protegidas, ha aumentado significativamente, permitiendo desarrollar un pensamiento crítico y preocupante entre los pobladores de las comunidades de la parroquia de San Juan, del cantón Riobamba, que trabajan directamente en turismo, y quienes ante dicha preocupación han tomado cartas en el asunto y han mejorado su espacio, así como también han fortalecido sus conocimientos, habilidades y destrezas del área turística; dando un ejemplo a otras comunidades; sin embargo este es el inicio de un excelente trabajo, que debe ir de la mano con una mejora en la gestión y manejo de políticas, y así contribuir cada día con un verdadero turismo sostenible.

REFERENCIAS

- Asociación Ecuatoriana de Turismo. (1998), Políticas y estrategias para la participación comunitaria en el ecoturismo.
- Entelequia. Revista Interdisciplinar. (2007), Ecoturismo: un análisis basado en la teoría económica. www.eumed.net
- GAP San Juan (2011), Plan de Ordenamiento Territorial.
- K., Popper, (1975): "La racionalidad de las revoluciones científicas" en Hacking, I., Revoluciones científicas, México, FCE, 1975.
- Ministerio de Turismo (2011), Barómetro Nacional de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (2009), Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2014.
- Ministerio de Turismo. (2003), Norma Técnica de Ecoturismo.

**BITÁCORA DE REGISTRO DE PUBLICACIONES
REVISTA DE INVESTIGACIÓN "SIGMA"
EDICIÓN No. 1
REGISTRO ISSN: 1390-8871**

ORD.	TÍTULO DEL ARTÍCULO	FECHA DE RECEPCIÓN DEL ARTÍCULO	FECHA DE ACEPTACIÓN PARA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO	PARES REVISORES INTERNOS Y/O EXTERNOS	APELLIDOS Y NOMBRES DEL AUTOR (ES)	CORREO ELECTRÓNICO DEL AUTOR (ES)
1	EMPRENDIMIENTO EN ACCIÓN	14/03/2013	16/06/2014	ING. LUIS LEMA MGS.	ING. JULIO CÉSAR TAPIA LEÓN MGS.	jctapia3@espe.edu.ec
				ECON. ALISVA CÁRDENAS	ING. ALDRIN GEOVANY ACOSTA FERNANDEZ	agacosta@espe.edu.ec
2	LA RELEVANCIA DE LA AUDITORÍA INTEGRAL EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL Y ESTATAL	14/03/2013	16/06/2014	DRA. ANA QUISPE MGS. / DRA. SILVIA ALTAMIRANO MGS.	DRA. CARLA PAOLA ACOSTA PADILLA MGS	cpacosta@espe.edu.ec
3	INDICADORES DE GESTIÓN HOTELERA	14/03/2013	16/06/2014	ING. CRISTINA NASIMBA MGS.	ECON. ALISVA DE LOS ÁNGELES CÁRDENAS PÉREZ	aacardenas@espe.edu.ec
				ECON. MARCO VELOZ	LIC. JOFFRE ISMAEL GUANOLUISA CHUQUI	jjguanoluisa@espe.edu.ec
4	MATRIZ GENERAL ELECTRIC	14/03/2013	16/06/2014	ING. JULIO TAPIA LEÓN MGS. / ECON. ALISVA CÁRDENAS PÉREZ	ING. CARLA PAULINA CEVALLOS RECALDE MGS.	cpcevallos@espe.edu.ec
5	INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES VS. HERRAMIENTA PARA LA TOMA DE DECISIONES	14/03/2013	16/06/2014	ING. ERLINDA ELISABET JIMÉNEZ SILVA MGS.	ING. BYRON EDUARDO COCHA CARRERA MGS.	becocha@espe.edu.ec
				ING. OSCAR MARCELO CADENA CHÁVEZ	ING. XAVIER HERMOGÉNESIS FABARA ZAMBRANO	xhfabara@espe.edu.ec
6	CULTURA Y PRÁCTICA BURSÁTIL	14/03/2013	16/06/2014	ECON. CARLOS ALBERTO PARREÑO HERRERA MBA.	ECON. FRANCISCO MARCELO CAICEDO ATIAGA MBA.	fmcaicedo@espe.edu.ec
				ING. NILDA ALEXANDRA AVELLÁN	ING. DIANA QUINTANA YÁNEZ	diany8644@hotmail.com
7	LA APLICACIÓN DE LA MERCADOTÉCNIA EN EL POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES Y MICROEMPRESAS	11/05/2013	16/06/2014	ECON. FRANCISCO MOSQUERA MGS.	ING. ERLINDA ELISABET JIMÉNEZ SILVA MGS.	eejimenez@espe.edu.ec
				LIC. YILENA MONTERO MGS.	ECON. MARCO ANTONIO VELOZ JARAMILLO	maveloz1@espe.edu.ec
8	CRECIMIENTO Y DESARROLLO EN EL ECUADOR DURANTE LA ÚLTIMA DÉCADA	11/05/2013	16/06/2014	ECON. FRANCISCO MARCELO CAICEDO ATIAGA MBA.	ECON. CARLOS ALBERTO PARREÑO HERRERA MBA.	caparrenio@espe.edu.ec
				ING. XAVIER HERMOGÉNESIS FABARA ZAMBRANO MGS.	ING. INÉS VERÓNICA PARREÑO HERRERA MGS.	ivparrenio@espe.edu.ec
9	LA IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN TODO TIPO DE EMPRESAS	11/05/2013	16/06/2014	LIC. YILENA MONTERO MGS.	ING. LUIS ALFONSO LEMA CERDA MGS.	lalema@espe.edu.ec
				ING. HOMERO VACA FONSECA MGS.	ING. OSCAR MARCELO CADENA CHÁVEZ	omcadena@espe.edu.ec
10	CÓMO ESTRUCTURAR UN PROCESO DE TITULARIZACIÓN DE ACTIVOS	11/05/2013	16/06/2014	DRA. MÓNICA ALEXANDRA FALCONÍ HIDALGO MGS.	ING. NILDA ALEXANDRA AVELLÁN HERRERA	naavellan@espe.edu.ec
				ECON. MARÍA FERNANDA ARAUJO		
11	ANÁLISIS DE LA VARIACIÓN DEL NIVEL DE CRÉDITO BANCARIO	11/05/2013	16/06/2014	ING. IRALDA EUGENIA BENAVIDES ECHEVERRÍA	ING. GALO RAMIRO VÁSQUEZ ACOSTA MGS.	grvasquez@espe.edu.ec
				ECON. CARLOS ALBERTO PARREÑO HERRERA MBA.	ING. ERIKA PAULINA TAPIA PANCHI	eptapia1@espe.edu.ec
12	LA AUDITORÍA COMO UNA HERRAMIENTA	15/06/2013	16/06/2014	DRA. CARLA PAOLA ACOSTA PADILLA MGS.	ING. MARCO ANTONIO ROMERO SIMBAÑA	maromero@espe.edu.ec
				ING. SILVIA ALTAMIRANO MGS.		
13	RIESGO ADMINISTRATIVO Y PLAN DE CONTINGENCIA	15/06/2013	16/06/2014	ING. XAVIER HERMOGÉNESIS FABARA ZAMBRANO MGS.	ING. IRALDA EUGENIA BENAVIDES ECHEVERRÍA	iebenavides@espe.edu.ec
				ING. INÉS VERÓNICA PARREÑO HERRERA MGS.	ING. MILTON XAVIER TIGSELEMA BENAVIDES	xavi3.7@hotmail.com
14	LA IMPORTANCIA DE LOS SISTEMAS DE COSTOS TRADICIONALES Y MODERNOS	15/06/2013	16/06/2014	DRA. ANA QUISPE MGS./ DRA. SILVIA ALTAMIRANO	DRA. MÓNICA ALEXANDRA FALCONÍ HIDALGO MGS.	mafalconi@espe.edu.ec
15	LA IMPORTANCIA DEL AHORRO FAMILIAR	15/06/2013	16/06/2014	ECON. MARÍA FERNANDA ARAUJO	ING. JOANNA MARICELA GALLARDO SOLÍS MGS.	Jmgallardo1@espe.edu.ec
				ING. NILDA ALEXANDRA AVELLÁN HERRERA	ING. MARÍA TERESA TIRADO PACHECO	mttirado@espe.edu.ec
16	ESTUDIO TURÍSTICO DE PUJILÍ	15/06/2013	16/06/2014	ING. CARLOS ALBÁN YÁNEZ MGS.	ING. MARICELA DE LOS ANGELES PULLOQUINGA NEACATO	maricelapulloquina@yahoo.com
				ING. ANGÉLICA MARÍA GONZÁLES SÁNCHEZ MGS.		
17	ECOTURISMO: UNA ESTRATEGIA A LA CONTRIBUCIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD	15/06/2013	16/06/2014	ING. CARLOS ALBÁN YÁNEZ MGS.	ING. ANGÉLICA MARÍA GONZÁLES SÁNCHEZ MGS.	lamgonzalez@espe.edu.ec
				LIC. ISMAEL GUANOLUISA	ING. CRISTINA MARIBEL NASIMBA SUNTAXI MGS.	cmnasimba@espe.edu.ec



REVISTA SIGMA

ISSN 1390-8871

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

UNIVERSIDAD DE FUERZAS ARMADAS ESPE - EXTENSIÓN LATACUNGA

Campus Gral. Guillermo Rodríguez Lara

Parroquia Belisario Quevedo

Telf: 03 2 266115 - 03 2 266041

Visítanos en nuestro micrositio:

<http://deceac-el.espe.edu.ec/>