

Presentación

El presente número de la Revista *Perspectivas* incluye artículos de investigación de notable importancia y vigencia dentro las ciencias económicas y empresariales. Se tocan temas de gran trascendencia, relacionadas al área de branding, comunicación digital, distribución del ingreso, bolsa de valores y la calidad del servicio.

Se inicia con el artículo del Lic. Anahí J. Soria Maldonado y Mgr. Rodrigo Almeida Cardona quienes analizan que el capital de marca es clave para las instituciones que buscan un efecto diferenciador que provoque un alto nivel de conciencia y familiaridad con la marca, además de generar un valor que posibilite el afianzar la relación con los establecimientos a través de la relevación dada por los clientes con la finalidad de crear reconocimiento de marca. Por ello esta investigación se enfoca en estudiar la percepción de los estudiantes sobre notoriedad, imagen, calidad percibida y lealtad de marca en las diversas universidades de Cochabamba a través de hipótesis, con el objetivo principal de determinar los factores que influyen en el capital de marca en este mercado. Esto se determinó mediante un modelo teórico adaptado, realizando encuestas a 215 estudiantes del pregrado provenientes de 15 universidades privadas, que brindó información con la que se realizó un análisis factorial exploratorio-confirmatorio, y que se reflejó en un modelo de ecuaciones estructurales. Los resultados establecieron que en las universidades de Cochabamba no se tiene un manejo específico del capital de marca, debido a que solo la hipótesis lealtad de marca fue aceptada, lo que sugiere que los esfuerzos deben enfocarse en mantener y mejorar este indicador e intensificar las acciones para lograr resultados favorables en los demás indicadores.

En el segundo artículo la Lic. Gabriela Maldonado Apaza y la Mgr. Shirley Carolina Valencia Camacho, afirman que Hábitat para la Humanidad Bolivia es una organización sin fines de lucro con 34 años de experiencia dentro el país. Sus actividades en Bolivia dieron inicio el año de 1985, donde actualmente trabaja con cinco departamentos que son La Paz, Oruro, Cochabamba, Tarija y Santa Cruz. Desde su creación hasta la fecha realizaron diferentes actividades, como ser talleres de educación financiera y vivienda saludable, proyectos de mejoramiento, ampliación y/o renovación de vivienda

social, además, del programa (TEC) “Te esperamos en casa”. Son varios los proyectos que realizó Hábitat para la Humanidad Bolivia en toda su trayectoria. Sin embargo, a la fecha su presencia como impacto se fue reduciendo. Es por ese motivo, la importancia de tener presencia digital, porque a pesar de tener un gran historial de trabajos no es muy conocida o incluso es confundida con otras asociaciones. Con la aplicación de herramientas digitales no sólo se difundirán las actividades que realiza, sino también logrará captar recursos para apoyar a diversos proyectos, entre ellos apoyo al emprendimiento de jóvenes en situación vulnerable. El modelo de comunicación digital propuesto, se puede aplicar a todas las instituciones sin fines de lucro que buscan difundir sus actividades para apoyar el desarrollo de emprendimiento de sectores menos favorecidos de la sociedad.

En el tercer artículo la Mgr. Claudia Montaña Quiroga y el Mgr. Marcel Navia Mendoza, analizan a la economía boliviana, así como a los años de educación y a la desigualdad educativa medida con el coeficiente de Gini de educación, y se establece el efecto que producen sobre la inequidad en el ingreso medida con el índice de Gini del ingreso. El objetivo es determinar el impacto de los años de educación promedio, la desigualdad educativa y el ingreso promedio mensual sobre la inequidad en el ingreso desde el año 1989 hasta el 2019 y proponer políticas públicas para reducir las brechas educativas. Con base a los resultados obtenidos, se tiene que el modelo está muy bien representado, y se puede destacar que el índice de Gini del ingreso se relaciona positivamente con el coeficiente de Gini de educación y negativamente con los años de educación promedio y con el ingreso promedio mensual. Entonces, se concluye que el índice de Gini del ingreso se determina por el coeficiente de Gini de educación en 0,45 unidades, así como también por los años de educación promedio en 0,23 unidades y por el ingreso promedio mensual, en 0,12 unidades. Consiguientemente, la desigualdad educativa es el factor de mayor influencia sobre la inequidad en el ingreso de los bolivianos, por lo tanto, se proponen políticas que están orientadas a la reducción de las brechas educativas como una medida para propiciar el desarrollo económico.

En el cuarto artículo, elaborado por el Lic. Jesse Mauricio Obe Yampara y por el Mgr. Gustavo Cuellar Marquez, nos entregan un trabajo que –señalan los autores- es producto de la investigación de tres años consecutivos, dada la

dificultad de acceder a la información de hace tres décadas donde no existía el Internet, es decir, una investigación descriptiva clásica de biblioteca e investigación de archivos de difícil acceso al público los cuales estarán publicados en la página: www.mauricioobe.com. Este trabajo de investigación está focalizado en la Bolsa de Valores de Santa Cruz de la Sierra S. A. que nació en 1989 con afinidades al libre mercado, con innovaciones como la mesa de negociación la cual estaba enfocada en renta variable, el año 1994 la misma cambia de denominación a Bolsa de Valores y Productos de Santa Cruz de la Sierra S. A. pero el Ente regulador le obliga a volver a su anterior denominación en diciembre del mismo año, como también se registran quejas por la burocracia centralista. En marzo de 1998 se promulga la ley 1834 que dificulta en gran medida la continuidad de la Bolsa de Santa Cruz con el artículo 18, 28 y 29, las cuales son artículos antiliberales con tendencias monopólicas, finalmente la Bolsa de Santa Cruz decide disolverse el 7 de octubre de 1999 para finalmente liquidarse oficialmente el año 2005

El quinto artículo, preparado por el Dr. Armando José Urdaneta Montiel, el MSc. Ángel Alberto Zambrano Morales y el Dr. Alfredo Eduardo Mancilla Heredia; analiza la percepción actual de las PYMES en la provincia de El Oro sobre la calidad de servicio de la banca ecuatoriana para el otorgamiento de crédito. El estudio pretende verificar la hipótesis según la cual la percepción que tiene este tipo de empresas sobre el sector bancario ecuatoriano es excelente. Las investigaciones previas en las que se fundamenta el estudio (Zephaniah et al., 2020), (Susanty et al., 2019), (Wulandari & Subagio, 2015) (Zalatar, 2012), (Joseph et al., 2005); el tipo de investigación es aplicada y de campo porque se empleó un instrumento de 45 ítems a 220 PYMES, en la provincia de el Oro, dando como resultado más relevante que solo el 6,4% de las empresas interpeladas, consideran que la calidad de servicio prestada por la banca ecuatoriana es excelente. Mientras que la conclusión más importante estriba que es la accesibilidad de atención, el conocimiento en materia crediticia por parte de los clientes, la calidad de la infraestructura de la entidad financiera, el manejo de quejas y sugerencias y la facilidad para acceder a los préstamos, los mayores determinantes para valorar la calidad del servicio prestada por los bancos a las PYMES.

Oswaldo Walter Gutiérrez Andrade
Editor de la Revista Perspectivas