CIENCIA Y NEGOCIOS

ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)
ISSN N° 2708-468X (edición en línea)
Vol. 4 N° 2, julio - diciembre, 2022
TRUJILLO, PERÚ

REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO



CIENCIA Y NEGOCIOS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rectora
Dra. Yolanda Peralta Chávez

Vicerrector Académico
Dr. Luis Cerna Bazán

Vicerrector de Investigación
Dr. Julio Chang Lam

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Dr. José Castañeda Nassi

CIENCIA Y NEGOCIOS

Ciencia y Negocios, revista académica dedicada a la investigación y difusión de artículos sobre economía y negocios. Incluye trabajos de docentes e investigadores de otras universidades e instituciones.

REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

Editor jefe:
Dr. José Castañeda Nassi

Editores asociados:
Dr. Napoleón Vilca García
Mg. Eduardo Amaya Laos

Consejo editorial:
Dra. Lucero Uceda Dávila
Mg. Luis Alberto Flores Rodríguez
Mg. Luz Gorritti Delgado
Mg. Ricardo León Mantilla

ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)
ISSN N° 2708-468X (edición en línea)
Vol. 4 N° 2, julio - diciembre, 2022 - Trujillo, Perú
Publicación semestral
Título Abreviado: Cien. y Neg.

Dirección
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
Av. América Sur N° 3145
Urb. Monserrate, Trujillo, Perú
Teléfono: 51-44-604444, anexo 2087
e-mail: jcastanedan@upao.edu.pe
http://www.upao.edu.pe

Preprensa:
Fondo Editorial UPAO

Diagración:
Jorge Arévalo Sernaqué

ÍNDICE

79 **PRESENTACIÓN**

81 **OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN ACCIONES**
INVESTMENT OPPORTUNITIES IN SHARES
Dr. Ángel Corvera Urtecho

85 **NUEVO FRACCIONAMIENTO DE DEUDA TRIBUTARIA - 2024**
NEW TAX DEBT FRACTIONATION - 2024
Germán Hildejarden Montes Baltodano

89 **LA DINÁMICA DEL RETAIL DE CONSUMO MASIVO Y SU IMPACTO EN LOS HÁBITOS DE COMPRA**
THE DYNAMICS OF MASS CONSUMPTION RETAIL AND ITS IMPACT ON PURCHASE HABITS
Gustavo Ugarriza Gross

91 **DRAWBACK, INSTRUMENTO PARA LA COMPETITIVIDAD**
DRAWBACK, INSTRUMENT FOR COMPETITIVENESS
Humberto Flores Cornejo

93 **LA GESTIÓN DE RIESGOS EN EL PERFIL DEL EGRESADO DE ADMINISTRACIÓN**
RISK MANAGEMENT IN THE PROFILE OF THE ADMINISTRATION GRADUATE
Jenry Hidalgo Lama

97 **REFLEXIONES SOBRE EL RECURSO HUMANO**
REFLECTIONS ON HUMAN RESOURCES
José Castañeda Nassi

101 **¿CÓMO IDENTIFICAR INSTITUCIONES FINANCIERAS CONFIABLES?**
HOW TO IDENTIFY RELIABLE FINANCIAL INSTITUTIONS?
Julio Albitres

105 **LA IMPORTANCIA DE LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN LOS GOBIERNOS LOCALES: EL CASO DE TRUJILLO Y EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE TRUJILLO (SATT)**
THE IMPORTANCE OF TAX COLLECTION IN LOCAL GOVERNMENTS: THE CASE OF TRUJILLO AND THE TRUJILLO TAX ADMINISTRATION SERVICE (SATT)
Luis Yzquierdo

111 **LAS NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA EN LAS PYMES**
INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS FOR SMES
Luisinho Barrantes

115 **EL NUEVO MINISTERIO DE INFRAESTRUCTURA: UN FRACASO MÁS SÍ IMPORTA**
THE NEW MINISTRY OF INFRASTRUCTURE: ONE MORE FAILURE MATTERS
Napoleón Vilca

119 **IMPACTO DE LA MOROSIDAD EN EL SISTEMA FINANCIERO PERUANO**
IMPACT OF DEFAULT IN THE PERUVIAN FINANCIAL SYSTEM
Oscar Lama

123 **EL ESLABÓN PERDIDO ENTRE LA ACADEMIA Y LAS MICROFINANZAS**
THE MISSING LINK BETWEEN ACADEMIA AND MICROFINANCE
Otoniel León Díaz

127 **TUTORÍA, UNIVERSIDAD Y PADRES: ¿QUÉ ROL DESEMPEÑAMOS AHORA?**
TUTORING, UNIVERSITY AND PARENTS: WHAT ROLE DO WE PLAY NOW?
Paola Fiestas

131 **PIENSA ESTRATÉGICAMENTE**
THINK STRATEGICALLY
Héctor Percy Luján López

135 **SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: CLAVES PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL**
SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY: KEYS TO BUSINESS SUCCESS
Dr. Ricardo Manuel Rossi Valverde

137 **EL NUEVO CONSUMIDOR TRUJILLANO: TENDENCIAS Y DESAFÍOS**
THE NEW TRUJILLO CONSUMER: TRENDS AND CHALLENGES
Ricardo Gabriel Rossi Ortiz

CIENCIA Y NEGOCIOS

Hacer negocios implica la concurrencia de una serie de factores, sobre los cuales hay que aplicar y desarrollar diversas competencias. Más allá del espíritu emprendedor de las personas, hay que evolucionar del empirismo al profesionalismo que, en este caso, comprende los estudios que aportan las Ciencias Económicas en el campo de los negocios.

Nuestra Facultad, con sus carreras profesionales de Administración, Contabilidad, y Economía y Negocios Internacionales, promueve la investigación científica como elemento transversal en la formación de profesionales, con acciones conducentes a fortalecer los contenidos de los planes de estudio y los aspectos tecnológicos y humanísticos.

Promueve la investigación y publicación de artículos científicos escritos por alumnos y docentes, que incluye, además, la publicación de opiniones de expertos en los diversos quehaceres de los negocios. Aspiramos a que los aportes sean importantes en la solución de problemas empresariales e institucionales. Es nuestra convicción, a partir de esta primera edición, hacer sostenible "Ciencia y Negocios" como un aporte a las organizaciones a nivel local, nacional e internacional.

Dr. José Alfredo Castañeda Nassi
Director

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4201 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN ACCIONES

INVESTMENT OPPORTUNITIES IN SHARES

Dr. Ángel Corvera Urtecho[1]

¿Qué tienen en común un gigante financiero como Credicorp y una empresa líder en bienes de capital como Ferreycorp? Más allá de ser dos de las empresas más importantes del Perú, sus acciones son un termómetro de la salud de la economía peruana. Pero, ¿qué debemos conocer para invertir en acciones?

1 Doctor en Administración. Docente del Programa de Estudio de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego. Acorverau1@upao.edu.pe

Introducción

Para profesionales o emprendedores se presenta una oportunidad de inversión de excedentes; dos empresas peruanas que han demostrado ser sustentables y rentables se encuentran cotizando activamente en la bolsa. A continuación, se explican las tendencias y patrones subyacentes en el comportamiento bursátil de ambas empresas proporcionando así una perspectiva integral de las oportunidades y riesgos inherentes a una inversión en ellas. El presente artículo trata de explicar por qué dichas compañías ofrecen importantes oportunidades de crecimiento financiero para quienes deciden invertir en ellas.

Desarrollo

Invertir en acciones es considerada como una actividad muy rentable que ayuda a hacer crecer el patrimonio de todo inversionista, pero al mismo tiempo requiere de amplio conocimiento del sector económico, la gestión y rentabilidad de la empresa que emite las acciones, de la situación económica del país y otros factores.

A continuación, se detallan los elementos clave que se debe evaluar antes de tomar la decisión de invertir en acciones:

1. Conocimiento básico del mercado bursátil

   Requiere tener conocimiento de cómo funciona la bolsa de valores y qué son las acciones, cuándo es la rentabilidad ofrecida en un periodo de tiempo, que generalmente es a largo plazo (mayor a 360 días).

2. Análisis fundamental

   Evalúa la salud financiera de las empresas a través de sus estados financieros, tales como el balance, la cuenta de resultados para evaluar la gestión en un ambiente dinámico y muy competitivo.

   Analiza métricas como el PER (precio/beneficio), el crecimiento de ingresos y la deuda.

3. Análisis técnico

   Estudia a través de gráficos los precios y patrones de comportamiento histórico para prever movimientos futuros de las acciones en la bolsa.

4. Diversificación

   Explica las ventajas de invertir en diferentes activos financieros para reducir el riesgo en caso de registrar bajas rentabilidades en alguno de ellos, el beneficio es que puedes tener utilidades con acciones más líquidas o de mejor performance, comparado con otras que pueden tener rentabilidades menores. El consejo es "No coloques todos tus recursos en una sola acción; pues al diversificar, se reduce el riesgo y estarás en mejor posición, en caso que los mercados bursátiles sean muy volátiles".

5. Plazo de inversión

   Es muy importante "comprar acciones cuando su precio es bajo" o está en "proceso de definición qué porcentaje va a repartir de los dividendos". Por lo tanto, conocer esta variable te ayuda a definir el monto de tus inversiones y el plazo. Estos últimos deben ser a mediano o largo plazo.

6. Tolerancia al riesgo

El inversionista debe evaluar cuánto riesgo está dispuesto a asumir a cambio de cierta rentabilidad, este concepto es fundamental para la toma de decisiones.

7. Costos y comisiones

   Se debe conocer el importe de las comisiones de compra/venta y los costos asociados a la inversión o administración del portafolio.

8. Actualización permanente

   Se debe estar al día con las noticias sobre inversiones, finanzas públicas y privadas que de manera directa o indirecta podrían beneficiar o afectar el desarrollo del sector económico y el mercado en los que se desempeña la empresa emisora de las acciones.

   Otra opción es consultar a un asesor financiero de confianza que te explique sobre la proyección de la rentabilidad y el riesgo, antes de tomar la decisión de invertir en acciones

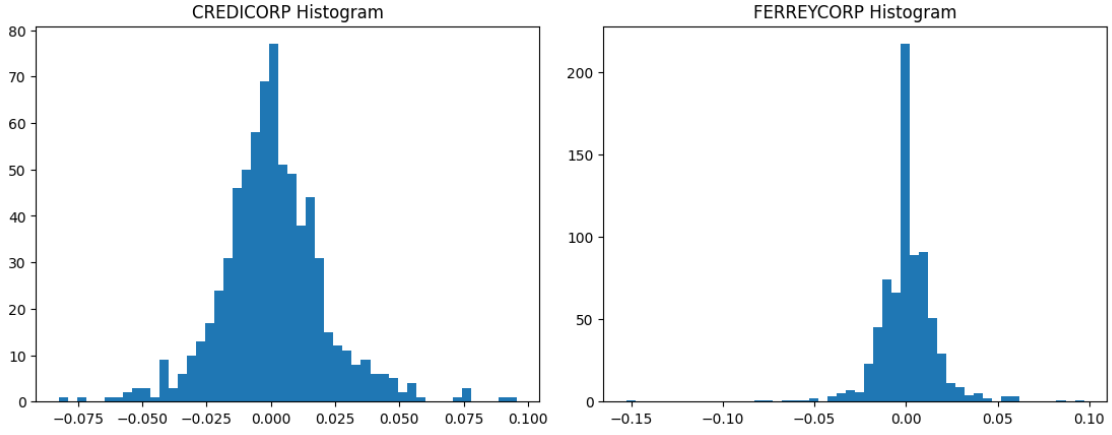
9. Plan de inversión

   El inversionista debe tener un plan de inversiones en diferentes tipos de acciones. Por ejemplo: empresas mineras, financieras, industriales, constructoras, seguros, etc. Se sugiere invertir cuando usted tenga excedentes de liquidez, que no va a utilizar a corto plazo, es decir cuando espera tener una rentabilidad a mediano y largo plazo. No es conveniente cuando esperas una renta fija mensual para tus gastos personales o familiares, o esperas vivir de los intereses como si fuera un depósito en una entidad financiera para cubrir gastos corrientes.

10. Uso de herramientas

    Ahora es necesario contar con herramientas de análisis estadístico, plataformas de inversión y otras que te ayuden a tomar la mejor decisión.

Para sustentar nuestra opinión hemos realizado el análisis de dos acciones de las importantes empresas Credicorp y Ferreycorp. Esta información se relaciona con el precio de las acciones que se encuentran en la página de la Bolsa de Valores de Lima. A continuación, se presentan dos histogramas conformados por los rendimientos de las acciones pertenecientes a las empresas antes mencionadas.



Los histogramas de los retornos ofrecidos por las acciones de CREDICORP y FERREYCORP muestran una primera aproximación respecto al rendimiento medio diario, la volatilidad esperada y la distribución que podrían llegar a presentar dichos activos.

Activo	Asimetría	Curtosis	Rendimiento anualizado	Volatilidad anualizada	Ratio de Sharpe	VaR
CREDICORP LTD.	0,3198	2,4181	0,2090	0,3245	0,6442	-0,0305
FERREYC1	-0,8628	14,9728	0,2035	0,2598	0,7833	-0,0204

Fuente: Elaboración propia

El análisis estadístico de CREDICORP y FERREYCORP indica que se esperan rendimientos anuales de 20.90% y 20.35% respectivamente; la volatilidad presenta valores del 32.45% y 25.98%. Ambos activos ofrecen rendimientos similares, la diferencia radica en la volatilidad esperada de cada uno. El análisis del cociente de Sharpe muestra que el rendimiento obtenido por cada unidad de riesgo asumida es de 0.6442 para CREDICORP y 0.7832 para FERREYCORP, por lo que el activo que presenta la mejor relación de rendimiento/riesgo es el de FERREYCORP.

Un análisis del valor en riesgo (VaR) muestra que la pérdida máxima esperada en un día por invertir en dichos activos es del -3.05% y -2.04% respectivamente, siendo la inversión en CREDICORP aquella que podría sufrir mayores pérdidas de manera referencial. En relación al ratio de asimetría, se presenta el coeficiente de Fisher de 0.3198 para CREDICORP y -0.8628 para FERREYCORP. Los resultados advierten que los retornos esperados por la inversión en acciones de CREDICORP son superiores a FRREYCORP. Este valor negativo indica la presencia de una mayor cantidad de días en los cuales los rendimientos obtenidos serán menores que el retorno medio diario de 0.0808%. Finalmente, el coeficiente de curtosis mayor a 0 para ambos activos, de 2.4181 y 14.9728 respectivamente indica que se puede esperar con mayor frecuencia rendimientos cercamos a sus valores medios para ambas acciones. Los retornos esperados muy altos o muy bajos son improbables.

A continuación, presentamos la variación del precio de venta de ambas acciones, tomando como base el 13/09/2021:

Fecha	CREDICORP LTD	FERREY C1
13/09/2021	$ 107.30	S/ 1.700
14/10/2024	$ 186.30	S/ 2.990

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar el precio en dólares de las acciones de CREDICORP ha variado de $107.30 a $186.30, obteniéndose un crecimiento en esos 3 años de $79.00 (74%). A diferencia del primer activo, FERREYCORP presenta un precio en soles más accesible para el pequeño y mediano inversionista, el precio ha variado de S/ 1.70 a S/ 2.99, lo que indica un incremento del 76% en un periodo de 3 años.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4202 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

NUEVO FRACCIONAMIENTO DE DEUDA TRIBUTARIA - 2024

NEW TAX DEBT FRACTIONATION - 2024

Germán Hildejarden Montes Baltodano[2]

2 Doctor en Administración y Dirección de empresas. Docente del Programa de Estudio de Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

I. Introducción

El gobierno ha aprobado un fraccionamiento especial de la deuda tributaria administrada por la SUNAT, la pregunta que nos podemos hacer ¿Será la alternativa más adecuada para que la SUNAT pueda cobrar las deudas exigibles al 31/12/2023?

El fraccionamiento especial de la deuda tributaria es un beneficio otorgado a los contribuyentes para fraccionar deudas tributarias administradas por la SUNAT, que constituyan ingresos del tesoro público a generadores de rentas de tercera categoría (empresas y personas naturales con negocio) exigibles hasta el 31/12/2023. El 30/08/2024 se ha promulgado el Decreto Legislativo N°1634 que aprueba el fraccionamiento especial de la deuda tributaria administrada por la SUNAT" y el 11/10/2024 el Decreto Supremo N°184-2024-EF que aprueba el reglamento del Decreto Legislativo N°1634.

Muchas empresas sobre todos las pequeñas y medianas esperaban una norma que brinde una solución para pagar la obligación tributaria de los tributos administrados por la SUNAT, como tributitos, multas e intereses en litigio.

Las empresas en realidad esperaban una amnistía tributaria, pero es preciso aclarar que esta norma no establece una amnistía.

Pese al que el espíritu de la norma es ayudar al contribuyente, al parecer al momento de elaborar la norma no han sido tomados en cuenta algunos aspectos que son importantes como, por ejemplo, los plazos para el acogimiento de esta norma que vence el 20/12/2024. El reglamento al Decreto Legislativo N°1634, sin embargo, recién ha salido el día 10/10/2024.

El presente fraccionamiento especial de la deuda tributaria no incluye a los tributos generados por personas naturales como son rentas de primera, segunda, cuarta y quinta categoría y renta de fuente extranjera ni deuda laboral.

Aunque el espíritu de este tipo de normas es beneficiar a los contribuyentes, la pregunta es ¿cómo quedan los contribuyentes cumplidos?

II. Desarrollo

Las empresas grandes, pequeñas y medianas, que tienen problemas financieros para pagar los tributos, multas e intereses de deudas al 31/12/2023 serán las que se beneficien con esta norma; es decir que dependiendo de la forma de pago que elijan, se beneficiaran con descuentos en el pago de multas e intereses en un rango del 30% y hasta el 100%, dependiendo de la modalidad de pago, pudiendo ser pago al contado, pago sumario o pago fraccionado:

Tabla 1: Modalidad de pago: contado y sumario

Rango de deuda en UIT (4,950.00)	% para calcular el bono de descuento
De 0 hasta 100	100%
De 0 hasta 100	100%
Más de 100 hasta 2 000	90%
Más de 2 000 hasta 5 000	70%
Más de 5 000	50%

Pago al contado: El deudor puede acogerse a la modalidad de pago al contado hasta el 20 de diciembre del 2024. El bono de descuento se calcula y aplica a la fecha de presentación de la solicitud de acogimiento al fraccionamiento especial de la deuda tributaria, debiendo realizar el pago en la fecha de acogimiento. En este caso, la deuda materia del fraccionamiento especial se actualiza conforme a lo previsto en el Código Tributario hasta la fecha de presentación de la solicitud.

Pago sumario: Se caracteriza por el pago pagar de una cuota en la fecha de presentación de la solicitud de acogimiento como mínimo del (25%) de la deuda. Luego de aplicado el bono de descuento, la deuda se actualiza conforme a lo previsto en el Código Tributario hasta la fecha de presentación de la solicitud de acogimiento y se paga hasta en tres (3) cuotas mensuales. Los intereses del pago sumario se computarán desde el día siguiente de la aprobación de la solicitud de acogimiento al fraccionamiento especial de la deuda tributaria.

Tabla 2: Pago fraccionado

Rango de deuda en UIT (4,950.00)	% para calcular el bono de descuento
De 0 hasta 100	90%
Más de 100 hasta 2 000	70%
Más de 2 000 hasta 5 000	50%
Más de 5 000	30%
De 0 hasta 100	90%

Pago fraccionado: se caracteriza por lo siguiente: Efectuar el pago de la cuota de acogimiento en la fecha de presentación diez por ciento (10%) del total de la deuda tributaria incluida en la referida solicitud actualizada. Ofrecer y otorgar o cuando corresponda. Actualizada con los intereses y/o, de ser el caso, el IPC y la normativa que regula los aplazamientos y/o fraccionamientos. Se puede fraccionar hasta en (72) cuotas mensuales. Para determinar los intereses del fraccionamiento se aplica el sesenta por ciento (60%) de la TIM. Cada una de ellas no puede ser menor a S/ 260, salvo la última cuota.

Los plazos para el acogimiento a esta norma vencen el 20/12/2024. El reglamento del Decreto Legislativo N°1634, sin embargo, recién ha salido el día 10/10/2024. Se creía que, a partir de esta fecha, los contribuyentes podrían realizar sus solicitudes de fraccionamiento especial de la deuda tributaria, pero a la fecha (17/10/2024) la SUNAT no ha implementado la plataforma virtual para poder realizar dicho trámite. El numeral 7.1 del **artículo 7** del reglamento de fraccionamiento especial de la deuda tributaria manifiesta lo siguiente: El deudor tributario para acogerse al fraccionamiento especial de la deuda tributaria debe presentar una solicitud de acogimiento por cada uno de los conceptos que se señalan a continuación, en la forma y condiciones que establezca la SUNAT mediante resolución de superintendencia desde la fecha de entrada en vigor de la citada resolución de superintendencia hasta el 20 de diciembre del 2024. Esto significa que los contribuyentes tendrán que seguir esperando hasta que la SUNAT establezca la forma y condiciones mediante resolución de superintendencia.

Se espera que SUNAT en el más breve plazo establezca la forma y condiciones mediante resolución de superintendencia, para que los contribuyentes sobre todo aquellos que se encuentran inmersos en proceso coactivos puedan acogerse a este beneficio antes de que sean embargados.

IV. Conclusiones

1. Algunas normas que emite el Estado son improvisadas. Este es el caso del Decreto Legislativo N°1634 promulgado el 30/08/2024 y el reglamento el 10/10/2024. Hasta la fecha (17/10/2024) los contribuyentes no pueden presentar su solicitud de fraccionamiento especial de la deuda tributaria porque SUNAT aún no ha implementado la plataforma virtual para realizar dicho trámite
2. El Decreto Legislativo N°1634 beneficia a los contribuyentes incumplidos con un "Bono de descuento" de las multas y los intereses de la deuda tributaria en porcentajes que van del 30% al 100%, dependiendo de la modalidad que el contribuyente escoja para pagar la deuda tributaria.
3. En el caso de intereses para el acogimiento al fraccionamiento se aplicará una tasa rebajada en 40% de la TIM (tasa de interés moratorio).
4. El plazo para para el acogimiento al fraccionamiento de la deuda tributaria es muy corto, teniendo en cuanta que el Decreto LegislativoN°1634 y el reglamento establecen como fecha límite el 20/12/2024, por lo que se espera que se amplíe dicho plazo.
5. El Decreto Legislativo N°1634 no ha contemplado el fraccionamiento de las deudas Tributaria de rentas de primera, segunda, cuarta y quinta categoría, tampoco rentas de fuente extranjera ni deuda tributaria laboral.

Referencias

- Chirinos, S (2024), *https://eef.com.pe/site/blog/preguntas-y-respuestas-sobre-el-fraccionamiento-especial-de-deudas-administradas-por-sunat-d-leg-1634*
- Diario Oficial El Peruano, *Decreto LegislativoN°1634 Fraccionamiento Especial de la Deuda Tributaria administrada por la SUNA*T, Lima, Perú.
- Diario Oficial El Peruano, *Decreto Supremo N°184-2024-EF, aprueban Reglamento del Decreto Legislativo N°1634. Fraccionamiento Especial de la Deuda Tributaria administrada por la SUNAT,* Lima, Perú.
- SUNAT, *https://emprender.sunat.gob.pe/declaracion-pagos/pagos/fraccionamiento-especial-deuda-tributaria-dleg-1634*

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4203 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

LA DINÁMICA DEL RETAIL DE CONSUMO MASIVO Y SU IMPACTO EN LOS HÁBITOS DE COMPRA

THE DYNAMICS OF MASS CONSUMPTION RETAIL AND ITS IMPACT ON PURCHASE HABITS

Gustavo Ugarriza Gross[3]

3 Maestro en Ciencias Económicas y Administración de Negocios. Docente del Programa de Estudio de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

Hasta hace pocos años en el retail de consumo masivo en el Perú competían el retail tradicional compuesto básicamente por bodegas y mercados y el retail moderno en el que operan los supermercados e hipermercados. En los últimos años, sin embargo, dos formatos del retail moderno han tenido un fuerte crecimiento. Estos formatos son las tiendas de conveniencia y las tiendas de descuento. Con la notable expansión de estas tiendas muchos peruanos han modificado sus hábitos de compra y consumo

El retail es un sector de vinculación directa con la ciudadanía y por ello los negocios de este giro buscan adaptar sus estrategias con el fin de satisfacer de mejor manera las necesidades de sus clientes. En México, por ejemplo, surgió la cadena Oxxo que a la fecha ya cuenta con 21,000 tiendas en el citado país. En el Perú, la cadena Tambo, del grupo Lindcorp, que inauguró su primer local en el 2015, cuenta hoy con más de 500 tiendas a nivel nacional, lo que significa que ha inaugurado tiendas a un ritmo de una tienda por semana. Y si el caso de Tambo es impactante, existe otra cadena con un crecimiento aun mayor. Se trata de Mass, del grupo Intercorp, que es una tienda de descuento y que hoy ya cuenta con más de 1000 locales a nivel nacional. Este articulo busca explicar, desde la percepción del cliente, las razones del éxito de estas cadenas.

Una primera explicación del auge de estas cadenas es la proximidad. En efecto, la cercanía a los domicilios o lugares de trabajo hace que el público pueda encontrar fácilmente una de estas tiendas. Este beneficio lo ofrecen tanto Tambo como Mass. Y si bien una bodega tradicional también ofrece cercanía, estas nuevas tiendas ofrecen además la modernidad, orden, higiene y tecnología que muchas veces no poseen las bodegas de barrio. El tema de higiene y seguridad fue muy notorio durante la reciente pandemia del Covid 19. La ventaja en el tema tecnológico se aprecia en la facilidad de pagos con tarjetas y aplicativos. Otro factor a favor es que los clientes que residen cerca a estos establecimientos entablan relaciones de cordialidad con los empleados pues los ven con frecuencia, tal como ocurre con las bodegas tradicionales.

Debe señalarse, sin embargo, que ambas cadenas tienen diferentes estrategias comerciales. Tambo ofrece una atmósfera agradable, un portafolio básicamente de bebidas y snacks como chocolates y galletas, algunos de ellos importados. Incluso es posible hacer consumos de sándwiches y café en la tienda. La cadena no apunta a precios bajos, pero sí hace promociones puntuales. Mass, en cambio, ofrece un ambiente bastante más simple, con un portafolio reducido y centrado sobre todo en productos básicos como arroz, leche, menestras, bebidas, artículos de limpieza y otros. Y ya ha empezado a ofrecer las marcas del grupo Intercorp que también se expenden en Plaza Vea: Bell`s, Boreal y La Florencia. Y un factor muy importante en Mass es que tiene una agresiva política de precios bajos.

Es interesante notar que esta reciente oferta de formatos de retail está modificando la conducta de compra de los peruanos que ahora prefieren la omnicanalidad. Es decir, ya no visitan dos o tres tiendas para sus compras para el hogar. Según un estudio de la consultora Kantar ahora los peruanos frecuentan hasta siete tiendas por hogar. Y señala que las nuevas tiendas, en especial Mass y Tambo le han restado participación de ventas tanto a bodegas como a supermercados.

La acogida del público de estos formatos, que no solo se da en el Perú sino a nivel mundial, ha animado a empresas extranjeras como Oxxo, que ya tiene más de 50 tiendas en Lima, a competir con Tambo y también Spid, marca de la chilena Cencosud que ha anunciado su ingreso al Perú. Y como competencia para Mass, el grupo AJE ya lanzó, inicialmente en Lima su cadena denominada 3- A

En resumen, el retail peruano viene experimentando cambios acelerados y en esta coyuntura las tiendas de conveniencia, lideradas por Tambo y las tiendas de descuento, con Mass como marca emblemática, son los actores principales de esta nueva dinámica. Y esta nueva oferta motiva al consumidor a experimentar con los nuevos formatos, lo que hace que este giro se torne interesante y competitivo.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4204 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

DRAWBACK, INSTRUMENTO PARA LA COMPETITIVIDAD

DRAWBACK, INSTRUMENT FOR COMPETITIVENESS

Humberto Flores Cornejo[4]

4 Maestro en Administración de Negocios MBA. Docente del Programa de Estudio de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

Los países tienen como misión fomentar la competitividad de sus empresas. En el marco del comercio internacional se han implementado una serie de políticas para tal efecto. Una de ellas tiene que ver con el fomento a las exportaciones y la competitividad para aprovechar las ventajas que estos sectores de negocios aportarían a la solidez económica del país, reconociendo los tributos cancelados en la adquisición de los insumos utilizados en la producción.

Constituye un concepto generalmente aceptado y una decisión política el no exportar tributos, así si bien las exportaciones no se encuentran gravadas, pero sí lo están las importaciones, específicamente las de aquellos materiales o insumos que son utilizados en la elaboración productos destinados a la exportación y que se reflejan directamente en los componentes de costos y valoración de las mercancías a exportar .

En nuestro país , desde el año 1991 en la nueva Ley General de Aduanas, fue introducido como régimen aduanero el DRAWBACK, con la finalidad de fomentar la competitividad de las empresas exportadoras y contribuir a la promoción comercial de la oferta exportable nacional.

El drawback es un régimen aduanero que permite obtener la devolución de un porcentaje del monto de la exportación de los bienes exportados , considerando que para su elaboración se han utilizado insumos importados que han sido incorporados o consumidos en la elaboración del producto exportado, así, por medio de este mecanismo, se pretende la restitución parcial o total de los derechos arancelarios que fueron cancelados en su proceso de admisión.

La consideración de insumos importados en el costo es amplia pues puede referirse a tres modalidades: que hubiera sido importada directamente por el fabricante o que se haya producido la importación a través de terceros. Incluso admite la posibilidad de mercancías elaboradas con insumos importados de proveedores locales

La tasa actual del drawback es de 3 por ciento y se aplica al valor FOB de los bienes exportados. Es importante aclarar que en este caso dicha valoración incluye los costos de producción , margen , costos de embalaje , transporte interno, carga y descarga, gastos de agente aduanero y todo lo que corresponde hasta poner la carga en la nave de transporte como lo indica el incoterm mencionado. Las principales sub partidas que se acogen corresponden a los sectores agroindustria, textil y confecciones tanto a nivel de número de beneficiarios como de montos.

Las tasas han sido variables en el tiempo habiendo llegado hasta el 8%. Recientemente el Gobierno ha anunciado la reducción de 3 % establecido en 2019 al 0.5% que estaría vigente a partir de enero próximo. Esta decisión afectaría seriamente la competitividad y la eficiencia de las exportaciones pues nos pondría por debajo de nuestros competidores que tienen reembolsos mayores, limitando nuestro acceso a los mercados e impactando de manera desfavorable sobre los precios y la rentabilidad operativa.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4205 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

LA GESTIÓN DE RIESGOS EN EL PERFIL DEL EGRESADO DE ADMINISTRACIÓN

RISK MANAGEMENT IN THE PROFILE OF THE ADMINISTRATION GRADUATE

Jenry Hidalgo Lama[5]

5 Doctor en Administración y Dirección de empresas. Docente del Programa de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

La gestión de riesgos es esencial para garantizar la sostenibilidad y el éxito de cualquier organización, se define como un proceso sistemático que permite a las organizaciones identificar, analizar, evaluar, tratar y monitorear los riesgos a los que están expuestos, con el objetivo de proteger sus activos y asegurar el cumplimiento de sus objetivos estratégicos. En organizaciones medianas y grandes, se sugiere que al menos entre el 70 y 80% de los empleados tengan conocimientos básicos en gestión de riesgos, desde la alta dirección hasta el personal operativo. En este sentido, el perfil del egresado de administración debe incluir un enfoque robusto hacia la gestión de riesgos, lo que no solo enriquecerá su formación académica, sino que también lo equipará con habilidades prácticas necesarias para enfrentar los desafíos del mundo empresarial actual.

INTRODUCCIÓN

La gestión de riesgos en la administración de empresas se refiere a un enfoque estructurado y coordinado que permite identificar, evaluar y mitigar los riesgos que pueden afectar el logro de los objetivos organizacionales. Este proceso incluye la creación de estrategias para convertir riesgos en oportunidades, promoviendo así la resiliencia y la sostenibilidad empresarial. Un informe de PwC indica que el 61% de los ejecutivos consideran que la gestión de riesgos es una prioridad estratégica para sus organizaciones, lo que sugiere una creciente demanda de profesionales en administración capacitados en este campo. En ese contexto, se enfatiza la importancia de integrar la gestión de riesgos en todos los niveles de la organización, asegurando que todos los empleados participen en su identificación y manejo.

DESARROLLO

Para el egresado de administración, entender los principios de la gestión de riesgos no solo es relevante, sino que se ha vuelto indispensable. El enfoque tradicional de la administración se centraba en la creación de valor y la maximización de beneficios, dejando de lado, en muchas ocasiones, la identificación y mitigación de riesgos. Sin embargo, las dinámicas del mercado actual exigen una visión más holística que contemple estas variables de riesgo de forma proactiva. El 54% de los profesionales de riesgos desea establecer relaciones más fuertes con los ejecutivos senior para tener mayor influencia en la toma de decisiones estratégicas, lo que es crucial para los futuros administradores. Este enfoque no solo aporta estabilidad a las empresas, sino que también permite la identificación de oportunidades que, de otro modo, podrían haber sido pasadas por alto.

En la formación académica del futuro administrador, la inclusión de contenidos relacionados con la gestión de riesgos debe ser estratégica. Casi la mitad (46%) de las organizaciones planean aumentar su inversión en programas de gestión de riesgos internos en 2024, lo que refleja una creciente preocupación por los riesgos internos. Esto implica no solo una comprensión teórica de los conceptos, sino también la práctica en la aplicación de herramientas de gestión de riesgos. El uso de software especializado, la elaboración de planes de mitigación y la realización de análisis de impacto son solo algunas de las habilidades que deben ser cultivadas durante la formación. Asimismo, la capacidad de trabajar en equipo para desarrollar estrategias de gestión de riesgos en colaboración con otros departamentos es fundamental, ya que el riesgo no opera en un vacío, sino que afecta a múltiples áreas dentro de una organización.

Adicionalmente, es importante reconocer que la gestión de riesgos también está intrínsecamente relacionada con la ética y la responsabilidad social empresarial. En un mundo

donde los consumidores son cada vez más conscientes de las prácticas empresariales, el egresado de administración debe ser capaz de reconocer cómo los riesgos reputacionales pueden impactar no solo en la viabilidad financiera de una empresa, sino también en su imagen pública y su relación con la comunidad. Por tanto, una formación sólida en gestión de riesgos debe integrar aspectos éticos que guíen la toma de decisiones, fomentando así una cultura empresarial responsable.

Otro aspecto para considerar es la necesidad de una mentalidad innovadora en la gestión de riesgos. En un mundo caracterizado por constantes avances tecnológicos y la aparición de nuevos modelos de negocio, las organizaciones deben ser capaces de adaptarse rápidamente a los cambios y, al mismo tiempo, innovar en sus enfoques de gestión de riesgos. Esto implica que el egresado de administración no solo debe ser capaz de identificar amenazas, sino también de concebir soluciones creativas que permitan a la organización mantenerse competitiva y resiliente ante las adversidades.

CONCLUSIÓN

La gestión de riesgos es un elemento crucial que debe estar incorporado en el perfil del egresado de administración. La capacidad de gestionar riesgos eficazmente no solo es una competencia que agrega valor a su formación, sino que también es una habilidad esencial en un entorno empresarial que se enfrenta a desafíos cada vez más complejos e impredecibles. Al preparar a los futuros administradores para que desarrollen una comprensión profunda de los riesgos y su gestión, las instituciones educativas no solo están contribuyendo a su éxito profesional, sino también a la sostenibilidad y el crecimiento de las organizaciones en las que trabajarán. De esta manera, el egresado no sólo se convierte en un gestor competente, sino en un líder capaz de guiar a las organizaciones hacia un futuro más seguro y próspero.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4206 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

REFLEXIONES SOBRE EL RECURSO HUMANO

REFLECTIONS ON HUMAN RESOURCES

José Castañeda Nassi[6]

6 Doctor en Administración y Dirección de Empresas. Docente del Programa de Estudio de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

1. ¿ CAMBIAR A LAS PERSONAS O CAMBIAR DE PERSONAS?

En la matriz talento / productividad de la fuerza laboral de una organización, se muestran cuadrantes que contienen a los distintos tipos de colaboradores. En el cuadrante izquierdo inferior se encuentran los denominados "inútiles", pues tienen poco talento y poca productividad; en el cuadrante superior izquierdo se ubican los trabajadores "al tope"; es decir con las competencias que poseen desarrollan tareas poco complejas a un buen nivel de productividad, pero a mayor exigencia no podrán responder porque carecen de potencial para tareas más complejas.

En el cuadrante superior derecho se ubican los trabajadores "estrella" que tienen alta productividad y mucho talento; en el cuadrante derecho inferior se concentran los colaboradores "problema", que no producen intencionalmente, aunque sí poseen alto potencial. Esta es la composición de la fuerza laboral que los gerentes, jefes o supervisores tienen que gestionar. Es decir, no hay la demagogia o discurso de la excelencia que pregonan los directivos y sus discursos institucionales, protocolares y seudomotivadores.

Ante la necesidad de obtener mayores logros, los directivos tienen que decidir entre cambiar a las personas o cambiar de personas. Esta es la cuestión, este parece ser el gran dilema de la gestión de personas. Aunque en realidad solo es posible desarrollar talento de verdad optando por el desarrollo de las personas que ya tenemos con nosotros.

La apuesta por comprar capital humano ya desarrollado no puede salir a cuenta, aunque haya algunos con tanto dinero para poder permitirse el lujo de comprar el talento que otros desarrollan, raramente les sale bien. Hay que apostar por la cantera. La clave para lograr mejores resultados que la competencia consiste en sacar mayor partido de los empleados, hacer crecer el talento de quien lo tiene dormido, descubriendo todo el potencial que tenemos delante y a menudo no vemos, o lo que es lo mismo "con estos bueyes hay que arar".

A menudo se oye decir que las personas son como son y no dan para más, que "con esos no se pueden hacer mejores cosas". Nada más lejos de la realidad.

La verdad es que los supuestos buenos salen malos, que los malos pueden transformarse en buenos, que algunos mediocres alcanzan resultados brillantes y que incluso los *cracks* fallan con frecuencia. A largo plazo no triunfan los más brillantes sino los talentos medios que consiguen habitualmente vencer la pereza. El éxito o fracaso de un empleado vienen marcados al menos en un 50 % por los retos y las personas que encuentran a lo largo de su carrera.

2. ¿CUESTA VER EL TALENTO CUANDO ESTÁ MUY CERCA?

La hipermetropía gerencial hace que los directivos aprecien mejor el talento cuando está lejos que cuando está cerca. Minusvaloran las cualidades de las personas de su equipo, mientras sobrevaloran a los empleados de otros directivos u otras empresas. Se anhela a los lejanos, mientras que a los cercanos no paramos de verles defectos. Es la tendencia romántica, el "efecto novedad", la actitud ingenua de valorar a los nuevos fichajes en detrimento de los viejos roqueros.

"Amo a la humanidad, pero la gente me molesta"- podría ser el lema de muchos directivos que se llenan la boca de alabanzas al capital humano, pero no sienten aprecio por los profesionales que les rodean.

Hay que aprender a disfrutar de los colaboradores a nuestro cargo. No pensar tanto en quién nos gustaría tener, como en qué podríamos hacer con los recursos humanos que ya tenemos.

Aun con la firme convicción de apostar por la gente del barrio, por nuestra propia cantera, es importante abrir la mentalidad para incorporar en determinados momentos de la vida institucional a "sangre nueva", que proyecten una mirada más objetiva que el *statu quo* no alcanza a distinguir o que considera como correcto o normal particulares formas de actuar. Una especie de "cultura de monos", donde la gente repite por inercia métodos de trabajo por la simple razón de que "en esta empresa se hacen las cosas así porque siempre se hicieron así. La gente importada de otras organizaciones aporta en hacernos ver lo que para el "local" es normal e incambiable. De tal manera que pueden ocurrir dos cosas: o los nuevos valores son absorbidos por la cultura local que está fuertemente arraigada o tienen la capacidad de iniciar cambios que ayuden al desarrollo organizacional, incorporando experiencias exitosas de sus anteriores organizaciones.

Con sinergia se lograrán mejores resultados esperando que los nuevos jales superen el reto de brillar en el nuevo firmamento.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4207 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

¿CÓMO IDENTIFICAR INSTITUCIONES FINANCIERAS CONFIABLES?

HOW TO IDENTIFY RELIABLE FINANCIAL INSTITUTIONS?

Julio Alberto Albitres Hernández[7]

7 Maestro en Administración. Docente del Programa de Estudio de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

"Confía, pero verifica"- es lo que dice el refrán y todo ciudadano debe tener en cuenta al hablar de alguna entidad financiera, sobre todo si es emprendedor y quiere depositar sus ganancias en un producto financiero de alguna entidad.

Entonces, de seguro te has preguntado como todos: ¿Qué debo tener en cuenta al momento de elegir una institución financiera socia en mi crecimiento familiar o empresarial para confiar mi dinero producto de años de esfuerzo o al solicitar un crédito? Esta y otras interrogantes son evaluadas por los ciudadanos a diario en el Perú, sobre todo luego de los últimos acontecimientos presentados en el sistema financiero al finalizar el tercer trimestre del 2024.

Estos temores se vuelven a infundir después de más de veinte años desde la última intervención de la SBS al Banco Nuevo Mundo (El Peruano, 19.10.01). Así llegamos al 2019 con la entrada en vigor de la resolución SBS 480-2019 del sistema cooperativo (SBS, 2019) que define el marco normativo para la adecuación de las cooperativas ante el ente supervisor. Dicha regulación ha implicado desde el 2019 la intervención por la superintendencia a casi 300 cooperativas hasta septiembre del 2024 (Portas SBS, 2024); luego de mostrar incumplimiento a la norma, siendo los casos que más han afectado a las familias como lo ocurrido a las coopac: PrestaPerú, Aelucoop, Credicoop, entre otras; luego de la quiebra, estas incurrieron en pérdidas de los ahorros de más de 500 mil socios, luego de transparentar información mostraron indicadores en deterioro cometiendo causal de intervención.

Asimismo entre agosto de 2023 y septiembre de 2024 venimos siendo testigos de intervenciones y absorciones obligadas por parte de la SBS para no afectar los ahorros de más 1.5 millones de clientes; tal como lo ocurrido en Caja Rural Raíz, Caja Sullana y la última Financiera Credinka. Estas incurrieron en incumplimiento de la Ley General del Sistema Financiero y del sistema de seguros y orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (Ley N° 267029), además de las modificatorias en el causal numeral 3 y 4 del artículo 104 (pérdida patrimonial efectivo mayor al 50% en los últimos 12 meses).

Ante estos hechos los medios de comunicación han tratado de aclarar con información confiable, precisa y veraz sobre la crisis financiera presentada, mostrando la situación en que se encontraban dichas instituciones al momento de ser intervenidas mediante entrevistas a responsables y especialistas. Entre las instituciones vinculadas con el seguimiento y control de la gestión de las instituciones financieras a nivel externo, encontramos a la Superintendencia de Banca y Seguros, empresas clasificadoras de riesgo, sociedades auditoras y federaciones según el tipo de entidad. No obstante, a nivel interno se tiene unidades especializadas como la unidad de auditoría interna y unidad de riesgos.

Por otra parte, el orden normativo para la ejecución de actividades de las entidades financieras y el cumplimiento de funciones de quienes las dirigen se encuentran reguladas por las siguientes normas legales: Ley 26702, resolución SBS 11356-2008 y Res. SBS 480-2019, entre las principales. Pero también hay otros reglamentos específicos que permiten mitigar los riesgos crediticios, financieros, legales, liquidez, mercado, operacional, reputacional, tecnológico y otros según la institución financiera.

Para comprender el origen de una intervención de la SBS y el cierre temporal o definitivo de una institución financiera, señalado como causal en párrafos anteriores, por la pérdida del patrimonio efectivo. Estos tienen sus implicancias previas en el deterioro de indicadores producto de la gestión durante un periodo, para tener una visión integral consideraremos sólo tres indicadores como el ratio de morosidad (cartera atrasada), índice CAR (capacidad de una institución para absorber pérdidas) y la utilidad neta (pérdida o ganancia como resultado del ejercicio).

Cabe señalar que las instituciones intervenidas por la SBS ya presentaban indicadores afectados por más de cinco años consecutivos y otras agravaron su situación después del 2022. Es importante precisar que cuando estos indicadores superan los límites internos (definidos en la matriz de riesgos) o factores externos (composición de la cartera de créditos por producto, sector o rubro), el nivel de exposición a pérdidas esperadas se incrementa. Esta situación debe ser advertida por las unidades de control UAI y UR, así como por las instituciones responsables de la supervisión de la gestión.

En consecuencia, el deterioro del ratio de morosidad (mayor monto de créditos que incumplen el repago de la deuda generando el incremento de la provisión y afectando el resultado final); la mayor afectación del índice CAR (desmejoramiento de la calidad de cartera por el crecimiento de las operaciones impagas derivando en un aumento de la provisión afectando la utilidad) y utilidad neta (cuando esta es positiva incrementa el patrimonio, fortalece la institución ante crisis internas o externas y si es negativa se pierde patrimonio exponiendo cuando es prolongada a la institución a probables problemas de liquidez).

La alta exposición de indicadores implica cambiar el rumbo en las estrategias de gestión para recuperar los indicadores o normalizar la situación económico-financiera de la institución, pues los socios o clientes esperan que los responsables que dirigen la institución financiera restablezcan los indicadores saludables.

En conclusión, identificar instituciones financieras confiables consiste en dar muestras de un buen gobierno corporativo. Al fomentar el cumplimiento de las normas internas como externas, el respeto a la estructura organizacional y a las competencias de los principales funcionarios poniendo en evidencia la transparencia en la gestión, alejando el ánimo de quiebra y exhibiendo el buen trabajo de los accionistas, socios, clientes, trabajadores, funcionarios, directivos y directores.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4208 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

LA IMPORTANCIA DE LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA EN LOS GOBIERNOS LOCALES: EL CASO DE TRUJILLO Y EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE TRUJILLO (SATT)

THE IMPORTANCE OF TAX COLLECTION IN LOCAL GOVERNMENTS: THE CASE OF TRUJILLO AND THE TRUJILLO TAX ADMINISTRATION SERVICE (SATT)

Luis Enrrique Yzquierdo Pérez[8]

8 Doctor en Administración. Docente del Programa de Estudio de Economía y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

Introducción

La recaudación tributaria es uno de los pilares fundamentales para el funcionamiento de los gobiernos locales en el Perú. Los ingresos obtenidos por los impuestos municipales pueden financiar una amplia gama de servicios y proyectos que mejoran la calidad de vida de sus ciudadanos. El Servicio de Administración Tributaria de Trujillo (SATT) desempeña un rol crucial en la gestión y recaudación de los tributos municipales (impuesto predial, vehicular, de alcabala, arbitrios municipales, entre otros) que permitirán a la Municipalidad Provincial de Trujillo contar con los recursos necesarios para impactar positivamente en el desarrollo local.

Este artículo examina la importancia del proceso de recaudación de tributos en Trujillo, destacando la emisión oportuna del cargo tributario anual, los altos niveles de recaudación del impuesto predial y el crecimiento en la recaudación de arbitrios municipales. Además, se explorarán las estrategias implementadas por el SATT para reducir la morosidad, así como las mejoras tecnológicas implementadas para brindar un mejor servicio al ciudadano.

Los impuestos municipales (predial, vehicular y alcabala) en Trujillo han sido una fuente importante de ingresos para la municipalidad. En 2023 se recaudaron S/. 91.9 millones, lo que representa un incremento del 17% respecto al 2022, según reportes de Consulta Amigable del MEF. Asimismo, en el 2023 se ha incrementado un 48% más que lo generado en el 2019. Este aumento en la recaudación se debe a las políticas de incentivos para el pago puntual y una mayor conciencia tributaria entre los ciudadanos. Los recursos provenientes del impuesto predial han permitido a la Municipalidad Provincial de Trujillo contar con recursos para realizar mejoras en la infraestructura de la ciudad, contribuyendo a un entorno urbano más seguro y funcional.

Mayores niveles de recaudación de los tributos municipales

En los últimos años, Trujillo ha experimentado altos niveles de recaudación en el impuesto predial, lo cual ha sido vital para el financiamiento de diversas actividades municipales, tales como la mejora de infraestructura, seguridad ciudadana y el mantenimiento de áreas públicas. La recaudación del impuesto predial refleja una gestión eficaz por parte del SATT y permite a la municipalidad contar con un presupuesto sólido para atender las necesidades de la ciudad.

Este alto nivel de recaudación no solo asegura la operación continua del aparato público, sino que también refuerza la confianza de los contribuyentes en el sistema tributario local, lo que a su vez puede fomentar un mayor cumplimiento en el futuro.

Gracias a la labor del SATT, la Municipalidad de Trujillo ha sido capaz de evitar la parálisis en sus actividades, manteniendo una operación continua y efectiva. Esto es particularmente relevante en un contexto donde la dependencia de transferencias del gobierno central puede generar retrasos e incertidumbre financiera.

Cabe destacar que cada año los ingresos de la Municipalidad Provincial de Trujillo, dependen cada vez más de lo recaudado por estos tributos, pasando de 37% en el 2019 a un 47% en el 2023, lo cual, en tiempos de crisis, reduce el monto de las transferencias del gobierno central.

Crecimiento de la recaudación de arbitrios municipales

Otro aspecto clave de la gestión tributaria en Trujillo es el incremento sostenido en la recaudación de arbitrios municipales. Estos tributos son fundamentales para financiar servicios esenciales como la limpieza pública, el mantenimiento de parques y jardines y la seguridad ciudadana. La tendencia suele ser que cuando sube la recaudación del impuesto predial tienden a bajar los arbitrios municipales por el hecho de ser una estrategia de gestión otorgar descuentos en el pago por arbitrios municipales si pagas el impuesto predial.

El aumento en la recaudación de arbitrios ha permitido a la Municipalidad Provincial de Trujillo mejorar la calidad de estos servicios, lo que tiene un impacto directo en el bienestar de los ciudadanos. Además, contar con estos recursos desde los primeros meses del año permite una planificación más eficiente de los proyectos municipales.

Los arbitrios municipales han experimentado un crecimiento sostenido. En el 2021 la recaudación de arbitrios ascendía a S/. 37.3 millones, mientras que en el 2023 esta cifra aumentó a S/. 48.8 millones, reflejando un incremento del 31.3%. Este crecimiento ha sido clave para la financiación de proyectos como el mantenimiento de parques y jardines y la contratación de más personal de seguridad para las calles de Trujillo.

Estrategias de recaudación y reducción de morosidad

Para asegurar el éxito en la recaudación de impuestos y reducir la morosidad, el SATT ha implementado diversas estrategias que han demostrado ser efectivas. Entre estas destacan las campañas de concientización dirigidas a los contribuyentes, las facilidades de pago y los incentivos a quienes cumplen con sus obligaciones tributarias en los plazos establecidos.

Un factor clave ha sido la reducción en los niveles de morosidad del tributo corriente. A través de una combinación de incentivos por pago puntual, descuentos y la implementación de mecanismos de cobro más estrictos para los contribuyentes morosos, el SATT ha logrado reducir considerablemente el número de deudores.

Estas estrategias no solo han aumentado la recaudación, sino que también han mejorado la percepción de los contribuyentes sobre el sistema tributario local, al hacerlo más accesible y equitativo. Una de las prácticas más destacadas del SATT es la emisión oportuna del cargo tributario anual del impuesto predial y los arbitrios municipales en los primeros días de cada ejercicio fiscal. Este proceso garantiza que los contribuyentes reciban oportunamente sus obligaciones tributarias y permite que la municipalidad cuente con un flujo constante de ingresos desde el inicio del año.

La emisión oportuna del cargo tributario también facilita a los ciudadanos la planificación de sus pagos, lo que contribuye a una mayor eficiencia en la recaudación y reduce la posibilidad de morosidad. Asimismo, contribuye en el desempeño económico de la ciudad puesto que no paraliza las transferencias de inmuebles debido a que un requisito es acreditar no presentar adeudos por tributos municipales del predio transferido.

Innovación tecnológica y mejora en el servicio al ciudadano

En los últimos años, el SATT de la Municipalidad Provincial de Trujillo ha venido implementando una serie de mejoras tecnológicas con el objetivo de optimizar el servicio al ciudadano y

facilitar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Estas innovaciones buscan agilizar los procesos, mejorar la accesibilidad a los servicios y fomentar una relación más eficiente y cercana entre el contribuyente y la administración tributaria.

Entre las principales iniciativas se destacan:

1. **Pagos virtuales**

   Con el fin de simplificar el proceso de pago de tributos municipales, se han habilitado plataformas de pago en línea que permiten a los ciudadanos realizar sus contribuciones desde la comodidad de sus hogares o cualquier otro lugar. A través de portales web y aplicaciones móviles, los contribuyentes pueden consultar sus deudas y efectuar el pago de manera segura y rápida. Este sistema ha tenido una excelente acogida, contribuyendo a reducir las largas colas en las oficinas y mejorando la recaudación de tributos.

2. **Plataformas virtuales de atención al contribuyente**

   El SATT ha desarrollado varias herramientas virtuales para mejorar la interacción con los ciudadanos, como la casilla electrónica y la mesa de partes virtual. Estas plataformas permiten a los contribuyentes recibir notificaciones de sus obligaciones tributarias, presentar solicitudes o documentos y hacer seguimientos sin necesidad de acudir físicamente a las oficinas. La casilla electrónica, en particular, ha mejorado la transparencia en la gestión de tributos al permitir a los usuarios estar al tanto de sus obligaciones y trámites en tiempo real.

3. **Uso de Chatbots y atención automatizada**

   Para brindar una atención más eficiente y rápida, el SATT ha implementado chatbots que responden a consultas frecuentes de los ciudadanos de manera automatizada. Estas herramientas, disponibles en el sitio web del SATT y redes sociales, permiten a los contribuyentes obtener información sobre sus deudas, fechas de vencimiento, modalidades de pago, entre otros servicios. Este tipo de atención automatizada está disponible las 24 horas del día, lo que facilita la resolución de dudas fuera del horario de atención regular.

4. **Sedes descentralizadas de atención**

   Para garantizar que más ciudadanos puedan acceder a los servicios tributarios de manera rápida y eficaz, el SATT ha descentralizado sus oficinas de atención. Actualmente, los contribuyentes pueden realizar sus trámites en sedes como el MAC Trujillo (Centro de Mejor Atención al Ciudadano), así como en diversas sedes municipales distribuidas por la ciudad. Esta descentralización facilita el acceso a los servicios, reduce tiempos de espera y alivia la carga en las oficinas centrales del SATT.

5. **Facilidades de autogestión**

   El SATT también ha promovido un sistema de autogestión a través de su página web y aplicaciones móviles. Los ciudadanos pueden generar su código de pago, revisar su historial tributario y gestionar deudas sin necesidad de asistencia directa. Este enfoque ha permitido a la municipalidad mejorar la eficiencia operativa y enfocarse en tareas más complejas mientras los contribuyentes tienen mayor control sobre sus trámites.

Estas mejoras tecnológicas no solo han facilitado el proceso de pago y la atención al ciudadano, sino que también han contribuido significativamente a la modernización de la gestión tributaria en Trujillo. Al ofrecer un servicio más accesible, transparente y eficiente, la Municipalidad Provincial de Trujillo y el SATT están logrando una mayor satisfacción ciudadana, lo que se refleja en el aumento de los niveles de recaudación y en la reducción de la morosidad tributaria.

Conclusión

En conclusión, la recaudación tributaria es esencial para el funcionamiento de los gobiernos locales en el Perú y el caso de Trujillo demuestra cómo una gestión eficiente puede generar recursos suficientes para el desarrollo local. El SATT ha implementado prácticas efectivas en la emisión de cargos tributarios y estrategias de recaudación que han permitido a la Municipalidad Provincial de Trujillo contar con recursos propios desde los primeros meses del año, evitando la parálisis del aparato público.

Además, las mejoras tecnológicas implementadas por el SATT han facilitado el proceso de pago y mejorado la atención al ciudadano, contribuyendo a una mayor satisfacción ciudadana y un incremento en la recaudación tributaria.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4209 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

LAS NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA EN LAS PYMES

INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS FOR SMES

Luisinho Barrantes[9]

9 Maestro en Tributación y Auditoría. Docente del Programa de Estudio de Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

En la actualidad, el mundo empresarial cada vez se hace más competitivo y globalizado. Por ello resulta importante contar con un lenguaje de los negocios universal para informar del desempeño económico financiero de las organizaciones de todo tamaño empresarial y la correcta toma de decisiones por parte usuarios sean nacionales o extranjeros. Las organizaciones reclutan a los mejores profesionales de las ciencias empresariales, especialmente a los contadores para la correcta aplicación de las llamadas normas internacionales de información financiera – NIIF.

Introducción

Las normas internacionales de información financiera – NIIF constituyen el lenguaje de la contabilidad en los negocios, pues uniformiza el lenguaje contable entre todas las organizaciones del mercado global. Las NIIF no solo se aplican en las grandes empresas, sino en todas las que están inmersas en el mundo globalizado de los negocios.

Mediante Resolución No 002-2021-EF/30 del consejo normativo de contabilidad, se estableció a partir del 1 de enero de 2022 la aplicación de las normas internacionales de información financiera para las pequeñas y medianas entidades, conocidas como NIIF para las PYMES; pues la norma en mención establece la aplicación de acuerdo al nivel de ingresos anuales por venta de bienes y/o servicios de las empresas. La aplicación de las NIIF para las PYMES comprende a aquellas empresas cuyos ingresos sean menores a 2,300 UIT y mayores a 150 UIT.

Desarrollo

En el año 2021, según La Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos (OGEIEE), en nuestro país el segmento empresarial representaba el 99.5% del total de empresas formales, el 95.6% son microempresas, 3.8% pequeña y 0.1% mediana. La aplicación de las NIIF para PYMES en estas empresas es de suma importancia, pues a la fecha estas realizan una contabilidad aplicando los principios de contabilidad peruanos dejando de lado la aplicación de las NIIF para PYMES.

La misma administración tributaria en su data menciona que en el Perú las pequeñas y medianas empresas representan el 8% del total de empresas, las grandes empresas el 1% y las microempresas el 91%, por lo que la adopción y aplicación de esta norma a partir del 2022 implicará todo un desafío, pues la correcta aplicación de estas normas requiere de profesionales altamente capacitados en NIIF. La oferta de dichos profesionales es menor a la demanda en el mercado actual, lo cual genera un sobrecosto laboral en las empresas ión incidiendo en la inaplicación de las NIIF. Esta situación genera estados financieros y reportes gerenciales con información no veraz y razonable para los usuarios.

Los usuarios de la información financiera necesitan información veraz y razonable para la toma de decisiones. La aplicación de La NIIF en las PYMES no debe ser considerada como una arbitrariedad, sino como una oportunidad de negocio para continuar en este mundo competitivo, globalizado. La contratación de profesionales contables especializados en estas normas no debe considerarse como un gasto, sino como una inversión que genera beneficios económicos. Al presentar sus estados financieros de acuerdo con los estándares internacionales como son las NIIF para PYMES, usuarios externos nacionales o extranjeros podrán tener accesos a dicha información incrementando el mercado de las organizaciones.

Conclusión

En resumen, la aplicación de Las NIIF en las PYMES – un lenguaje contable universal- las hace más competitivas en el mundo y atrae la atención de nuevos inversionistas nacionales o extranjeros-. El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) ha realizado simplificaciones a las NIIF en función de las necesidades de información de los usuarios de las PYMES y en base a un análisis de costo – beneficio.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4210 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

EL NUEVO MINISTERIO DE INFRAESTRUCTURA: UN FRACASO MÁS SÍ IMPORTA

THE NEW MINISTRY OF INFRASTRUCTURE: ONE MORE FAILURE MATTERS

Napoleón Vilca[10]

10 Doctor en Administración. Docente del Programa de Estudio de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

Se estima que en el país la brecha de infraestructura de largo plazo asciende a US$ 110 mil millones, lo que equivale al 54% del PBI nacional 2020 (Bonifaz y otros, 2020)

En este contexto en su último mensaje a la nación, la presidente del Perú anunció la creación de un superministerio de Infraestructura. siendo así que el ejecutivo hace unos días presentó el proyecto de ley para crear el Ministerio de Infraestructura. El Congreso de la República tendrá la responsabilidad de realizar un análisis riguroso y técnico, expresado en el costo –beneficio de su adecuada implementación en la sociedad.

Los plazos establecidos para llevar adelante esta propuesta son:

1. Fase de transferencia (90 días hábiles)
2. Fase de ejecución (24 meses)
3. Fase de consolidación

Los plazos para la puesta en marcha de esta iniciativa superaría el tiempo que falta para el término de este gobierno -28 de julio del 2026-, por lo que lo más probable que esta iniciativa sea dejada de lado por el gobierno entrante, con el consiguiente daño por los recursos materiales, financieros y de horas hombre gastados inútilmente, es decir un gran despilfarro de recursos.

Las unidades ejecutoras que pasarán a formar parte del Ministerio de Infraestructura son:

1. Autoridad Nacional de Infraestructura (ANIN, dedicada a obras de prevención y protección ante desastres naturales y otras problemáticas comunes, tales como las derivadas del cambio climático): $1.468 mil millones
2. Organismo de estudio y diseño de proyectos de inversión (OEDI): $3.471 millones
3. Proyecto especial Legado (infraestructura deportiva): $73.681 millones
4. Programa de desarrollo productivo agrario rural (AGRORURAL): $101.965 millones
5. Programa subsectorial de irrigaciones (PSI): $96.804 millones
6. Programa nacional de inversiones en salud (PRONIS): $259.990 millones
7. Programa nacional de infraestructura educativa (PRONIED): $302.610 millones
8. Programa de agua segura para Lima y Callao (PASLC): $110.003 millones
9. Programa nacional de saneamiento urbano (PNSU): $223.012 millones
10. Programa nacional de saneamiento rural (PNSR): $147.703 millones
11. Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero (FONDEPES): $29.790 millones
12. Proyecto Especial de Infraestructura de Transporte Nacional Provías Nacional -carreteras nacionales): $1.133 mil millones
13. Proyecto especial de infraestructura de transporte descentralizado (Pro-vías descentralizado -regionales rurales): $440.550 millones
14. Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES $ 85´642
15. Fondo Invierte para para el Desarrollo Territorial (FIDT) $ 69´582
16. Programa de apoyo al transporte subnacional (PATS $ dentro de PROVÍAS)
17. PROINVERSIÓN, cuya meta para adjudicaciones de proyectos al año 2024 es de $ 4,469 millones.

El objetivo de esta propuesta del régimen actual es centralizar y optimizar el uso de recursos, mejorando la eficiencia y la coordinación de los proyectos de infraestructura.

Desde el año 2007 los tres niveles de gobierno que tiene el Estado peruano han contado con montos cada vez más elevados para la ejecución de inversiones en educación, salud, carreteras, agua y saneamiento, pero sólo se ha ejecutado en promedio el 67% de lo presupuestado, debido a un con juntos de razones técnicas, políticas y de corrupción.

Sin embargo, la realidad es que este problema es más complejo de lo que se cree por una serie de disposiciones normativas y burocráticas impuestas por los gobiernos locales, regionales y el gobierno nacional que afectan los procesos de la inversión y, como consecuencia, los proyectos de infraestructura. Este problema estructural que arrastra el sistema de ejecución de obras a nivel nacional ningún ministerio o entidad pública ha podido resolver.

Este megaministerio de arranque tendría un presupuesto inicial con los presupuestos de las 17 unidades ejecutoras del Estado que se integrarán en el ministerio de Infraestructura y cuyo monto ascendería a $12,482 millones de dólares ¿Será más eficiente, eficaz y equitativo en la ejecución de los proyectos de inversión? O será peor teniendo en cuenta que tendrá a su cargo proyectos de infraestructura viales, carreteras, ferrocarriles, líneas de metros, puentes, puertos, aeropuertos, proyectos hidroenergéticos, proyectos de infraestructura educativa, proyectos de infraestructura de salud, como hospitales desde los más básicos hasta los de alta complejidad, proyectos de infraestructura hidráulica para reposición de bordes costeros, proyectos de gestión de quebradas, drenaje urbano por mencionar los más importantes.

La solución óptima para acelerar la ejecución de obras de infraestructura tal vez no sea la creación de un nuevo ministerio, sino mejorar los procesos internos de los órganos encargados de la planificación de las inversiones, de estudios y proyectos y de contrataciones. Lo ideal, sin embargo, sería una reforma integral de las inversiones en el país que garantice su eficiencia, eficacia y transparencia, por lo que un fracaso más sì importa.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4211 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

IMPACTO DE LA MOROSIDAD EN EL SISTEMA FINANCIERO PERUANO

IMPACT OF DEFAULT IN THE PERUVIAN FINANCIAL SYSTEM

Oscar Lama[11]

11 Doctor en Administración. Docente del Programa de Estudio de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego

Hace menos de tres meses, la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP ha intervenido a la Caja Sullana y la Financiera Credinka.

Ambas intervenciones han sido realizadas por pérdida patrimonial que a su vez se ha generado por resultados negativos ocasionados, en gran parte, por la alta morosidad de estas instituciones financieras intermediarias.

El incumplimiento de pago de los créditos es más grande en las instituciones que otorgan créditos de consumos y a los pequeños negocios.

Este crecimiento de la morosidad de los receptores de créditos viene desde la etapa del COVID y sus consecuencias, así como por la recesión que estamos pasando en nuestro país.

Los otorgadores de crédito al tener alta liquidez y necesidad de incrementar sus ingresos han relajado sus requisitos y condiciones incrementando el riesgo de no pago.

Al mes de agosto del 2024, la Superintendencia de Banca y Seguros publica la información del sistema financiero con la cual se ha ordenado la información sobre la mora (%), utilidades anualizadas al mes de agosto expresadas en miles de soles y el rendimiento anualizado del patrimonio (%).

BANCA MULTIPLE AL 31 DE AGOSTO 2024			
	Mora	Utilidad Neta Anualizada / Patrimonio Promedio	RESULTADO NETO DEL EJERCICIO
BBVA	4.29	13.95	*1147328*
BANCOM	4.86	1.35	*2500*
De Crédito del Perú (con sucursales en el exterior)	4.19	20.78	*3561389*
Pichincha	6.80	(3.24)	**-29553**
Interamericano de Finanzas	4.16	10.32	*124428*
Scotiabank Perú	4.24	4.44	*448556*
Citibank	-	32.46	*289524*
Interbank	3.14	9.11	*482173*
Mibanco	7.30	8.97	*170042*
GNB	3.07	5.22	*29814*
Falabella Perú	4.79	3.97	*48274*
Santander Perú	5.12	18.26	*159403*
Ripley	4.71	(16.80)	**-21318**
Alfin Banco	3.94	0.51	*973*
ICBC	1.35	9.52	*23477*
Bank of China	-	14.56	*31561*
BCI Perú	2.61	1.43	*7081*
Total Banca Múltiple (con sucursales en el exterior)	**4.22**	**13.33**	**6475652**

Fuente: SBS
Elaborado por el autor

En el caso de los bancos, Mibanco tiene la mora más alta (7.3%) ocasionada por el destino de sus créditos que son los créditos PYME, y los bancos que presentan pérdidas son Pichincha y Ripley, especialistas en créditos de consumo.

EMPRESAS FINANCIERAS AL 31 DE AGOSTO 2024			
	Mora	Utilidad Neta Anualizada / Patrimonio Promedio	RESULTADO NETO DEL EJERCICIO
Financiera Efectiva	4.80	10.09	*27600*
Financiera Surgir**	5.37		**-12550**
Mitsui Auto Finance	6.19	13.26	*29860*
Crediscotia Financiera	6.36	0.87	*9767*
Compartamos Financiera	7.24	12.87	*53533*
Financiera Confianza	9.10	0.48	*1960*
Financiera Oh!	10.21	(29.07)	**-44306**
Financiera Qapaq	10.99	(35.51)	*-9361*
Financiera Proempresa	11.61	1.25	*3012*
Financiera Credinka	11.78	(142.27)	**-29132**
Total Empresas Financieras	**7.67**	**1.14**	**30384**

Fuente: SBS
Elaborado por el autor

Si comparamos la mora de las financieras con la de los bancos ésta es 82% más alta figurando Credinka con 11.78% habiendo sido intervenida por la SBS, en setiembre pasado. Observamos que de 10 empresas financieras 3 presentan pérdida.

CAJAS MUNICIPALES AL 31 DE AGOSTO 2024			
	Mora	Utilidad Neta Anualizada / Patrimonio Promedio	RESULTADO NETO DEL EJERCICIO
Cuzco	5.32	13.40	*62307*
Lima	5.39	1.37	*2736*
Huancayo	5.41	10.38	*38905*
Arequipa	5.82	8.64	*55073*
Ica	5.98	5.96	*7744*
Piura	7.81	5.36	*15031*
Del Santa	8.80	(5.74)	**-1969**
Maynas	8.96	(16.32)	**-4071**
Trujillo	9.33	0.89	*3308*
Paita	10.55	(5.22)	**-1506**
Tacna	10.98	0.08	*26*
Total Cajas Municipales	**6.43**	**4.13**	**177584**

Fuente: SBS
Elaborado por el autor

En el sistema de cajas municipales, especialistas en el crédito a las medianas, pequeñas y microempresas, la mora promedio es 52% más grande que en el sistema bancario. De 11 cajas existentes 3 cajas presentan pérdidas en el período, 6 cajas tienen una mora superior al promedio y sólo 2 de las 11 tienen un ROE superior a un dígito.

CAJAS RURALES AL 31 DE AGOSTO 2024			
	MORA	Utilidad Neta Anualizada / Patrimonio Promedio	RESULTADO NETO DEL EJERCICIO
Cencosud Scotia	4.39	(8.75)	**-8424**
Los Andes	12.37	(3.46)	**-4842**
Prymera	6.96	(20.30)	**-4984**
Incasur	11.67	(12.87)	**-509**
Del Centro	9.75	(82.85)	**-6545**
Total Cajas Rurales	8.77	(11.59)	**-25304**

Fuente: SBS
Elaborado por el autor

En el caso de las cajas rurales la situación es más grave porque supera en un 108% la mora de los bancos, las 5 cajas tienen pérdida al mes de agosto y en consecuencia todas tienen un ROE negativo.

EMPRESAS DE CREDITOS AL 31 DE AGOSTO 2024			
	Mora	Utilidad Neta Anualizada / Patrimonio Promedio	RESULTADO NETO DEL EJERCICIO
Volvo Finance	1.60	7.26	*5866*
Santander Consumo	5.19	8.87	*15958*
Inversiones La Cruz	8.20	17.08	*10036*
TOTAL Servicios Financieros	9.88	1.94	*1316*
Vívela	10.69	5.99	*604*
Alternativa	11.23	4.43	*543*
Total Empresas de Créditos	**6.38**	**8.66**	**34324**

Fuente: SBS
Elaborado por el autor

La mora de las empresas de crédito supera en 51% a la mora de los bancos, solo una supera el ROE de un dígito y 4 superan la mora promedio de su sistema.

En conclusión, las instituciones financieras intermediarias, sobre todo las que se especializan en créditos de consumo y PYME, están presentando al mes de agosto 2024 problemas de rendimiento y de morosidad. De mantenerse estos resultados en los meses siguientes pronto veremos más intervenciones de la SBS en las empresas que presentan pérdidas patrimoniales.

Para nuestra tranquilidad debemos saber que el Fondo de Seguro de depósitos (FSD) cubre hasta S/. 121,900.00 por nuestros depósitos.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4212 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

EL ESLABÓN PERDIDO ENTRE LA ACADEMIA Y LAS MICROFINANZAS

THE MISSING LINK BETWEEN ACADEMIA AND MICROFINANCE

Otoniel León Díaz[12]

12 Maestro en Administración con mención Finanzas. Docente del Programa de Estudio de Administración y Economía y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.



La conexión entre la educación universitaria y las demandas del mercado laboral es vital porque asegura que los graduados están preparados para afrontar los retos del mercado laboral. Cuando hay una brecha entre lo que se enseña y lo que las empresas necesitan, los recién graduados pueden encontrar dificultades para conseguir empleo y, consecuentemente, el mercado laboral tiene que buscar otras alternativas para cubrir dicho gap.

Según Sunedu, "el mercado laboral para los egresados del sistema universitario se encuentra alrededor del 25%, cifra aún baja debido a que una proporción de este porcentaje siguen estudios de postgrado, otros tienen trabajos fuera de la planilla formal y otro grupo tienen empleos informales"(1

). Algunos años más atrás, el diario Gestión en su edición del jueves 29 de septiembre de 2016 da cuenta que: "anualmente se crean en promedio 25 mil puestos laborales formales; sin embargo, las personas que ingresan al mercado laboral durante ese año sobre pasan los 250 mil". Es de notar, en ese año, que existía una relación de 1 a 10 entre la oferta laboral y la demanda de empleos formales. La situación, de un tiempo a esta parte, no debe haber mejorado y, de pronto, es posible que la brecha se haya profundizado. Estas estadísticas expresan la necesidad de un trabajo planificado y articulado entre los diferentes actores relacionados a la oferta y demanda del mercado laboral; a saber, el gobierno, el sistema universitario y el empresariado nacional.



Tras 25 años de experiencia laboral en el sector microfinanciero del país, quisiera enfocar nuestra atención en el vacío existente entre la oferta universitaria y la necesidad de "analistas de crédito PYME" que demanda este sector. Existe una disociación entre la formación del egresado de Ciencias Económicas (incluye las carreras profesionales de Administración, Contabilidad y

Economía), como también de profesiones relacionadas como Ingeniería Industrial e Ingeniería Financiera con el perfil del "Analista de créditos Pyme" requerido por el sector microfinanciero. Se han dado situaciones donde se ha encajado un cuadrado en un círculo (en sentido figurado) tratando de explicar la falta de sintonía entre el perfil del egresado vs. el perfil requerido por el mercado microfinanciero. Luego de muchas reuniones y coordinaciones con las autoridades universitarias de Trujillo y Lima no quedó más alternativa que desarrollar programas internos de formación de "analistas de créditos Pyme" a fin de cerrar dicha brecha y desarrollar equipos comerciales altamente calificados.

¿Cuál es entonces el "eslabón perdido" en esta historia?

Desde mi perspectiva lo podría resumir de la siguiente manera:

Perfil del egresado universitario	Perfil del analista de crédito Pyme
Funcionario o ejecutivo que trabaja para una empresa de prestigio nacional o internacional	Ejecutivo comercial que gestiona una cartera de créditos en sectores marginales de la ciudad.
Trabajo administrativo	Vendedor
Trabajo de oficina	Trabajo de campo
Brevete de automóvil	Brevete de moto
Análisis de estados financieros	Construcción y análisis de los estados financieros
Especializado en una fase del proceso crediticio.	Especialista en todas las fases del proceso crediticio desde la promoción, la gestión del riesgo, hasta la recuperación del crédito.
Profesional con especialización en un área de la gestión financiera.	Profesional con capacidades múltiples, especializado en psicología, finanzas, ventas, derecho, negociación y más.
Foco en la inteligencia intelectual	Foco en la inteligencia emocional

¿Cómo han administrado el gap las instituciones financieras?

Sin duda, haciendo de la empresa una universidad; sin embargo, implementando un enfoque eminentemente práctico, basado en el trabajo de campo y soslayando el mito que "el vendedor nace" y construyendo la cultura del "vendedor se hace". Formación sobre el proceso crediticio 360 grados, a la más alta exigencia, con el objetivo de dominar solventemente todas las fases del proceso de créditos y, sobre todo, crear compromiso y sentido de pertenencia con la institución en un mercado con una rotación de personal comercial que linda el 60% anual.

Los procesos de formación van desde los dos a los cuatro meses, dependiendo de la institución financiera y sus mecanismos de control, así como de la implementación de candados financieros para que el analista cumpla un período mínimo de gestión comercial para recuperar la inversión; como para desarrollar una línea de carrera que garantice no menos de dos años permanencia en la institución y más de 5 años, si se ata la estrategia a una consistente línea de carrera.

¿Cuál es el reto de la Universidad para completar el eslabón de la cadena?

- Perfilar bien el mercado laboral y encajarlo en la malla curricular satisfaciendo la demanda empresarial.
- Incorporar una formación sólida en ventas, cien por ciento práctica, desde el primer ciclo de estudios universitarios. No sólo servirá para calificar como analista de créditos

Pyme; sino que será de mucha utilidad para la vida estudiantil y profesional del alumno universitario.

- Consolidar una formación en soft skills para que el alumno pueda desarrollar capacidades de generar contactos, capacidades de negociación y cierre de contratos y ventas a todo nivel.
- Formación ética y moral al más alto nivel.
- Otras capacidades que ya la academia tiene incorporada en su malla curricular y que es parte del servicio educativo actual.

Para estar a la altura de la demanda del mercado laboral, en particular del sector microfinanciero nacional, la universidad debe enfrentar algunos retos. Se abren muchas posibilidades a la vista: fortaleciendo la malla curricular e incorporando una formación práctica mucho más consistente a través de diplomados o de talleres especializados que cubran las necesidades de las instituciones microfinancieras, a fin de que estas se mantengan focalizadas en el Core de su negocio y no distrayendo su tiempo en el servicio educativo que perfectamente lo puede ofrecer la Universidad.

En conclusión, precisamos de más vendedores que administrativos, más soldados que oficiales, más obreros que capataces, más profesionales con trayectoria que profesionales de carrera.

Revista Minería y Energía (https://mineriaenergia.com/desafios-y-oportunidades-en-la-empleabilidad-de-egresados-universitarios-en-el-peru/).

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4213 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

TUTORÍA, UNIVERSIDAD Y PADRES: ¿QUÉ ROL DESEMPEÑAMOS AHORA?

TUTORING, UNIVERSITY AND PARENTS: WHAT ROLE DO WE PLAY NOW?

Paola Fiestas[13]

13 Maestra en Administración de Negocios. Docente del Programa de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

Nuestros hijos han crecido e inician una de las etapas más cruciales e importantes de su vida, empiezan a recorrer el incierto camino que los llevará a convertirse en unos cuantos años en profesionales listos para insertarse al tan complejo, cambiante y competitivo mundo laboral.

Desde que nacieron y hasta el día de hoy los hemos guiado y acompañado con el único fin de formarlos como seres libres, independientes, seguros de sí mismos, con la suficiente capacidad de tomar propias decisiones, con la esperanza de que algún día puedan valerse por sí mismos y convertirse en buenas personas y profesionales de bien.

Es en esta etapa de la vida de nuestros sus hijos cuando surgen algunas preguntas que, como padres, debemos hacernos a estas alturas del partido: ¿Habremos hecho bien nuestro trabajo? ¿Nuestra tarea ya termina aquí? ¿Nos convertimos desde hoy en meros proveedores de nuestros hijos en cuanto al aspecto económico? ¿Debo seguir acompañándolo u orientándolo como padre? ¿Debo asumir que ya es un adulto listo para seguir solo el camino que aún le falta recorrer?

Obviamente, no se trata aquí de generalizar, pero mi experiencia de casi 20 años en docencia universitaria y ahora como docente tutora de la Facultad de Ciencias Económicas de una institución de educación superior, me permite responder con cierto conocimiento de causa las interrogantes anteriormente planteadas.

La edad promedio en la que un estudiante inicia su aprendizaje universitario oscila entre los 16 y 17 años, etapa en la que se establece el inicio del paso de la adolescencia a la adultez. Nos encontramos pues frente a un escenario de adolescentes cuasi jóvenes, algunos con metas, sueños y propósitos bien definidos; otros con metas, sueños y propósitos escogidos e impuestos por sus padres o familia y otros cuantos sin la más mínima idea de lo que quieren, esperan o desean hacer en un futuro inmediato.

La tutoría universitaria existe como un sistema integrado de acompañamiento, seguimiento y apoyo que se ofrece a todos los estudiantes ya que somos conscientes de la enorme responsabilidad que tenemos al recibir jóvenes que llegan ávidos de vivir grandes experiencias y recibir nuevos conocimientos, pero somos conscientes también que , en su gran mayoría , nuestros alumnos son jóvenes que aún están moldeando su propia personalidad, forjando su carácter, solidificando sus hábitos y actitudes. Los jóvenes se enfrentan a una nueva realidad, a nuevas dinámicas en cuanto a metodologías de transmisión del conocimiento. En algunos casos y por diversos motivos, los jóvenes carecen del soporte familiar adecuado para poder adaptarse y acoplarse con éxito en este nuevo sistema universitario que los acoge.

Como tutora puedo decir que no solo queremos ayudar a los alumnos a resolver sus problemas; sino que y sobre todo, queremos dotarlos de todas la herramientas necesarias para que desde el inicio de su carrera universitaria, se desarrollen como personas más autónomas, más responsables , más independientes, personas más seguras de sí mismas , alumnos que conozcan muy bien cuáles son sus deberes y los pongan en práctica. Queremos alumnos que sepan exigir sus derechos de manera asertiva y alturada cuando crean que éstos han sido vulnerados, capaces de darse cuenta de cuánto valen cada uno de ellos y de lo que son capaces de llegar a ser si dejan atrás sus miedos, sus inseguridades , las excusas y los malos hábitos que no les permiten avanzar.

El claustro universitario a menudo acoge a jóvenes con una estabilidad emocional tan precaria o inexistente, que son incapaces de adaptarse a los cambios inmediatos que surgen en esta etapa: nuevas amistades, nuevos horarios de clases y estudio, diferentes docentes con diversos estilos de enseñanza, trabajos grupales donde podrían surgir conflictos y /o desavenencias, relaciones amorosas tan complejas que podrían sumir a nuestros hijos en el más completo abatimiento, escenarios de tentación para el consumo de alcohol, drogas etc.

Frente a este posible escenario y habiendo dejado en el aire las respuestas a las preguntas inicialmente planteadas, me permito responder que no, nuestra tarea como padres de hijos universitarios, por lo menos durante los primeros años de estudio, aún no ha finalizado y me atrevería a decir que es justamente en esta etapa cuando se ponen de manifiesto qué aciertos o desaciertos hemos tenido como padres formadores y guías de ellos.

Más allá del aspecto meramente académico, los estudiantes que inician su vida universitaria necesitan un adecuado soporte emocional, necesitan cimentar y solidificar los aspectos de su personalidad que van a definir su vida y desempeño como adultos y futuros profesionales. Los padres de familia tenemos que continuar nuestra tarea de brindar apoyo constante a nuestros hijos, respetando la autonomía e independencia que este nuevo periodo requiere, de acuerdo con la madurez emocional y necesidades particulares que cada uno de ellos manifieste.

La universidad ha entendido y ha logrado ver desde otro ángulo la relación Universidad – padres de familia, creando espacios donde los progenitores puedan interactuar y ser parte activa de la vida académica de sus hijos, por lo menos durante los primeros ciclos de estudio. Se han creado programas como tutoría y/o consejería universitaria mediante los cuales nuestro contacto con los alumnos es más intenso y constante, lo que nos permite conocer sus inquietudes y necesidades, los conflictos internos a los que se enfrentan, las carencias afectivas y emocionales que pudieran estar ocasionando cierto tipo de conductas que muchas veces desencadenan en un bajo y pobre rendimiento académico, la universidad ofrece también , charlas, talleres, conversatorios donde los padres de familia pueden expresar sus inquietudes y aprender a ser mejores padres, entendiendo que los errores o desaciertos cometidos siempre están a tiempo de subsanarse.

Muchos de los problemas y dificultades que nuestros hijos manifiestan en el aspecto académico tienen como base el escenario familiar o social al que ellos se enfrentan cada día, quizás sea este el momento de reflexionar sobre cómo nuestras propias conductas y decisiones como padres han influenciado en la personalidad y conducta de nuestros hijos y a pesar de que el paso a la adultez supone para ellos entender que deben tomar las riendas de su destino y seguir adelante siempre, por lo menos en los primeros años de vida universitaria, los padres deberíamos tratar de resarcir los vínculos y la conexión con nuestros hijos que, por algún u otro motivo, se hubieran visto deteriorados.

Nuestros hijos crecieron, es cierto, ya son jóvenes universitarios, pero quizás sea esta la etapa en la cual ellos más necesiten de nosotros.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4214 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

PIENSA ESTRATÉGICAMENTE

THINK STRATEGICALLY

Héctor Percy Luján López[14]

El secreto del éxito no es prever el futuro, sino crear una organización que prospere en un futuro que no puede ser previsto.

Michael Martin Hammer
Profesor del MIT

La estrategia implica anticipar y aprovechar las oportunidades en lugar de simplemente reaccionar a los cambios en el entorno.

Richard P. Rumelt
Autor del libro Buena estrategia, Mala estrategia

14 Doctor en Administración. Docente del Programa de Estudio de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

¿Qué es pensar estratégicamente?

Harvard Business Review Press afirmaque como directivo, con frecuencia convivimos con desafíos y situaciones complejas que debemos resolver de la mejor forma posible, utilizando la información disponible. En un mundo estable tendríamos la información necesaria para tomar las mejores decisiones. Pero en el mundo real existen dos limitaciones: la disponibilidad de la información y la visión parcial que se tiene por la especialización de las funciones realizadas que deja fuera del análisis variables presentes en otras áreas de la organización.

El pensamiento estratégico ayuda a superar estas limitaciones. Básicamente, el pensamiento estratégico se orienta a analizar las oportunidades y los problemas desde una perspectiva más amplia y comprender el impacto que tienen tus acciones en el futuro de tu organización, tu equipo o tus resultados financieros. El pensamiento estratégico te permite mirar más allá de tus tareas diarias y darte cuenta que el entorno donde operas es más grande que el inicialmente identificado. Te haces preguntas poderosas y te cuestionas sobre cómo funciona tu organización y su sector económico. Recopilas datos complejos muchas veces ambiguos y también los cuestionas. Sin embargo, usas esos datos que recibes para tomar decisiones inteligentes y elegir las acciones adecuadas. Tomas decisiones todos los días sobre como invertir tu tiempo y el de tu equipo y comprendes las renuncias que implica tomar estas decisiones.

Al pensar estratégicamente puedes estar seguro que tus decisiones estarán fundamentadas, garantizando resultados consistentes.

Si tú y los trabajadores de tu organización piensan de esta forma estratégica conseguirán importantes beneficios:

- Encuentras el camino para que tu equipo se alinee a la estrategia organizacional y lo convierta en su día a día
- Tomas decisiones inteligentes de largo plazo que fortalecen y complementan las decisiones tomadas en otras áreas funcionales de la organización
- Logras que tu equipo se comprometa con la correcta
- Generas equipos de alto rendimiento, mejorando el nivel de ejecución de las decisiones tomadas logro de los objetivos por alcanzar
- Priorizas tu trabajo diario para dedicarte a las actividades importantes

Este comportamiento también genera ventajas personales y profesionales al mejorar tu propuesta de valor en la organización, generando un mayor reconocimiento a tu talento que te permite tener una administración de carrera más efectiva.

¿Por qué es tan valioso el pensar estratégicamente?

El pensar estratégicamente no sería relevante si el mundo organizacional fuera estable, predecible, simple, preciso y con menos disrupciones. Sin embargo, sabemos que no es así. Actualmente vivimos en un entorno BANI (frágil, ansioso, no lineal, incomprensible), y pensar estratégicamente se ha vuelto más crucial que nunca. Las organizaciones deben desarrollar resiliencia para enfrentar la fragilidad del mercado, implementando sistemas que puedan anticiparse e intervenir en los cambios inesperados comunicación. La ansiedad generada por la incertidumbre puede aminorarse mediante una asertiva y la priorización de objetivos, lo que facilita una toma de decisiones más serena y efectiva. La no linealidad del entorno exige estrategias flexibles y adaptables, capaces de ajustarse a las fluctuaciones del mercado y a los cambios repentinos. Finalmente, en un mundo incomprensible la innovación se convierte en una herramienta esencial, permitiendo a las empresas explorar nuevas ideas y soluciones para problemas complejos. Así, integrar el pensar estratégicamente con los principios del

entorno BANI no solo prepara a las organizaciones para enfrentar desafíos actuales, sino que también las posiciona para aprovechar oportunidades futuras.

¿Por qué es tan difícil pensar estratégicamente?

Entonces, ¿Por qué no incorporamos a nuestras vidas el pensar estratégicamente? Unas de las excusas más frecuentes es el "no tener tiempo". Disponer de tiempo puede ser una limitante, no obstante, el pensar estratégicamente es más que priorizar y programar actividades. Como bien lo menciona Rita McGrath, también implica reconocer pronto las señales débiles de un cambio próximo que puede generar una ventaja. Por esta razón la respuesta a la pregunta de cuántos trabajadores están comprometidos con la dirección de la estrategia de su organización es motivo de permanente preocupación de los gerentes y responsables de la gestión del talento humano. El escritor y consultor William Schiemann concluye que solo el 14% de los trabajadores entienden claramente la estrategia y la dirección de su organización, y que solo el 24% es consciente de la relación existente entre la estrategia de la organización con sus funciones y responsabilidades de su puesto de trabajo. Estas estadísticas revelan que no existe una conexión entre los objetivos de la organización y lo que realmente realizamos día a día.

Es necesario decidirse y esforzarse en pensar estratégicamente de forma más frecuente, pues es el camino para llegar a los más altos niveles de la organización.

En resumen, podemos decir que el pensar estratégicamente incorpora un conjunto de disciplinas mentales que caracterizan a los líderes para tomar un conjunto de decisiones para ganar. Si, es un conjunto de decisiones interrelacionadas que otorgan a la organización una posición privilegiada en su sector económico, orientada a crear una ventaja sostenible y una propuesta de valor superior a la competencia. Roger L. Martin afirma que la estrategia se construye con la respuesta a cinco preguntas que se relacionan:

1. *¿Cuál es tu aspiración ganadora?* El propósito fundamental que motiva a la organización y guía todas sus decisiones estratégicas.
2. *¿Dónde vas a jugar?* El mercado o segmento en el que la organización elegirá competir.
3. ¿Cómo vas a ganar? Forma en que la organización planea obtener una ventaja competitiva en el campo de juego elegido, superando a los competidores y ofreciendo valor superior.
4. *¿Qué capacidades se necesitan?* Las competencias que la organización debe desarrollar para ejecutar su estrategia con éxito y ganar en el campo de juego.
5. *¿Qué sistemas de gestión se necesitan?* Herramientas y procesos necesarios para monitorear el desempeño de la organización, validar las competencias y asegurar que la estrategia esté bien implementada.

Las seis habilidades y disciplinas del pensar estratégicamente

Nathan Rothschild, el célebre banquero británico, afirmó que las grandes fortunas se construyen en tiempos de crisis y cambios radicales más que en épocas de estabilidad. Para él la incertidumbre es una oportunidad para aquellos con visión y capacidad de liderazgo, quienes pueden aprovechar las turbulencias del mercado para obtener grandes beneficios.

Voy a referirme a dos propuestas equivalentes de las habilidades y disciplinas que deben tener los líderes para pensar estratégicamente y actuar con efectividad ante los sucesos aleatorios (ciertas crisis) para salir más beneficiados que perjudicados, de acuerdo al concepto de "antifrágil" desarrollado por Nassim Nicolas Taleb.

Habilidad[15]	Disciplina[16]	Justificación
Anticipar	Visión de futuro	La anticipación es esencial para prever oportunidades y amenazas futuras, lo que se alinea con tener una visión de futuro clara
Cuestionar	Reconocimiento de patrones	Cuestionar suposiciones y prácticas actuales fomenta el pensamiento crítico y la innovación, similar al reconocimiento de patrones en datos y situaciones
Interpretar	Análisis de sistemas	Interpretar datos y situaciones complejas requiere una comprensión integral de los sistemas involucrados
Decidir	Resolución estructurada de problemas	Tomar decisiones efectivas a menudo implica abordar problemas de manera estructurada y organizada
Alinear	Inteligencia política	Alinear esfuerzos dentro de una organización requiere habilidades políticas y comprensión de las dinámicas de poder
Aprender continuamente	Agilidad mental	El aprendizaje continuo es vital para adaptarse rápidamente a cambios, lo que se relaciona con la agilidad mental

Pensar estratégicamente se consigue cuando desarrollamos de manera equilibrada las 6 habilidades o disciplinas. No basta con especializarnos en algunas de ellas y evidenciar carencias en las otras.

La IA y el futuro del pensar estratégicamente

La Inteligencia artificial (IA) está revolucionando el pensamiento estratégico al permitir que las empresas sean más eficientes, ágiles y orientadas al futuro. La capacidad de automatizar tareas, analizar grandes volúmenes de datos, personalizar experiencias y prever tendencias coloca a la IA como una herramienta indispensable en la toma de decisiones estratégicas. En un entorno empresarial en constante cambio, aquellas organizaciones que integren la IA en sus procesos estratégicos estarán mejor posicionadas para innovar, adaptarse y prosperar. La conclusión es clara: la IA no solo complementa la estrategia, sino que redefine cómo pensamos y actuamos estratégicamente.

Reflexión Final

¿Cómo podría tu organización integrar la IA en sus procesos estratégicos para mejorar su competitividad, ser diferentes y ser únicos?

15 Paul J. H. Schoemaker P. & K. Steve & H. Samantha (2013). Liderazgo estratégico: las habilidades imprescindibles

16 Watkins M. (2024). Las 6 disciplinas del pensamiento estratégico

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4215 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: CLAVES PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL

SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY: KEYS TO BUSINESS SUCCESS

Dr. Ricardo Manuel Rossi Valverde[17]

17 Doctor en Administración y Dirección de Empresas. Docente del Programa de Estudio de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

¿Sabías que el 87% de los consumidores prefieren productos de empresas que cuidan el medio ambiente? En un mundo donde la sustentabilidad ha pasado de ser una opción a convertirse en una exigencia, las empresas que no adapten sus modelos corren el riesgo de quedarse atrás. El desafío es claro: las compañías deben integrar prácticas responsables para sobrevivir y prosperar en un mercado cada vez más competitivo. Pero, ¿qué significa realmente esto para el futuro de la gestión empresarial? ¿Cómo pueden los administradores y emprendedores del mañana influir en esta transición hacia modelos sostenibles?

Los consumidores están tomando el control y cada vez más empresas lo saben. Un estudio de Nielsen (2015) reveló que el 66% de los consumidores globales están dispuestos a pagar más por productos de compañías comprometidas con la sustentabilidad. Esta tendencia es aún más fuerte entre los millennials, el grupo de consumidores más influyente hoy en día. Para las empresas esto implica que ya no basta con ofrecer un buen producto; también deben demostrar su compromiso con el medio ambiente.

Ejemplos como Bimbo y Natura, grandes jugadores en América Latina, muestran cómo la integración de la sustentabilidad puede ser una ventaja competitiva. Estas empresas han logrado posicionarse no solo por la calidad de sus productos, sino por sus prácticas éticas y responsables, generando un vínculo de confianza con sus consumidores. En este sentido, la responsabilidad social empresarial (RSE) no es solo un imperativo ético, sino también un motor de crecimiento.

Además, la investigación de Harvard Business Review (2016) concluyó que las empresas que adoptan políticas sustentables no solo mejoran su reputación, sino que también obtienen mejores resultados financieros. Estas empresas son más innovadoras, eficientes en el uso de recursos y están mejor preparadas para adaptarse a regulaciones cambiantes y nuevos mercados. Un estudio de Eccles, Ioannou y Serafeim (2014) fue aún más lejos, mostrando que las empresas con altos niveles de gestión sustentable superan consistentemente a las que no lo hacen, tanto en la bolsa de valores como en rentabilidad operativa.

Pero el verdadero motor de esta transformación no son solo las empresas; son los consumidores quienes están impulsando este cambio. Bhattacharya y Sen (2004) ya habían observado que los consumidores premian a las empresas comprometidas con causas sociales y ambientales. Esta percepción positiva se amplifica cuando los clientes pueden participar activamente en las iniciativas de RSE. Aquí entra en juego la "co-creación de valor", una tendencia clave donde los consumidores no solo compran productos éticos, sino que también se involucran en prácticas responsables.

La economía circular es otro enfoque que está ganando fuerza. Empresas innovadoras están promoviendo la reutilización, reparación y reciclaje de productos como parte de sus estrategias. Por ejemplo, los modelos de negocio circulares permiten que los consumidores devuelvan productos para reciclar, lo que, además de reducir costos, fortalece la imagen de las empresas ante un público cada vez más preocupado por el impacto ambiental. Schröder et al. (2019) destacaron que esta transición no solo genera beneficios económicos, sino que también transforma la relación con los consumidores, que se convierten en socios clave en el proceso de logística inversa.

En conclusión, la gestión empresarial ha cambiado para siempre. Las empresas que no adopten prácticas sustentables no solo perderán competitividad, sino que se alejarán de un consumidor cada vez más consciente y exigente. Nuestros estudiantes orreguianos como futuros líderes y todos los docentes en administración, tienen el poder de ser protagonistas en esta transformación. ¿Estamos listos para liderar empresas que no solo busquen el éxito financiero, sino que también tengan un impacto positivo en el mundo? La oportunidad está en nuestras manos y el momento de actuar es ahora.

http://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.42.4216 ISSN N° 2706-5413 (edición impresa)

EL NUEVO CONSUMIDOR TRUJILLANO: TENDENCIAS Y DESAFÍOS

THE NEW TRUJILLO CONSUMER: TRENDS AND CHALLENGES

Ricardo Gabriel Rossi Ortiz[18]

18 Doctor en Administración y Dirección de Empresas. Docente del Programa de Estudio de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

En un contexto económico local cada vez más competitivo y globalizado, el comportamiento del consumidor en Trujillo ha evolucionado considerablemente. Hoy en día, el consumidor trujillano, influenciado por el auge del comercio digital, la búsqueda de sostenibilidad y la necesidad de optimizar sus decisiones de compra, se ha vuelto un actor clave para el éxito de las empresas locales. Esta transformación no solo redefine la relación entre las empresas y sus clientes, sino que también influye en la capacidad de las organizaciones para mantenerse relevantes en el mercado.

Introducción

El consumidor actual en Trujillo ya no se conforma con ofertas tradicionales ni decisiones de compra impulsivas. La digitalización ha cambiado radicalmente la manera en que los consumidores acceden a la información y toman decisiones sobre productos y servicios. Según un estudio reciente de la Cámara de Comercio de La Libertad, más del 60% de los trujillanos investigan en línea antes de realizar una compra. Este artículo explora cómo esta tendencia ha transformado el mercado local y por qué las empresas que no se adaptan a estas nuevas exigencias podrían quedarse atrás.

Desarrollo

La creciente búsqueda de calidad y valor en el consumo:

El consumidor trujillano actual se ha convertido en un actor más exigente y selectivo, ya no dispuesto a conformarse con productos mediocres ni a ser influenciado únicamente por campañas publicitarias tradicionales. Hoy, la calidad es un factor crucial en la toma de decisiones de compra, lo que ha cambiado radicalmente las dinámicas de consumo. La demanda de productos y servicios que ofrezcan un valor tangible ya sea en términos de durabilidad o de experiencia del usuario está creciendo de manera constante. A medida que las opciones en el mercado se amplían, los consumidores tienen mayor capacidad de comparación, y esto ha obligado a las empresas a elevar sus estándares. Esto no es solo un cambio superficial: refleja una transformación profunda en la mentalidad del consumidor trujillano, quien ahora ve en la calidad una inversión y no un simple gasto.

Este fenómeno no solo afecta a los productos de alto costo, sino que también impacta en la compra de bienes cotidianos. El mercado local está experimentando una segmentación más clara, donde los consumidores prefieren pagar un poco más por productos que garantizan durabilidad y satisfacción. En mi opinión esta tendencia es positiva para la economía local, ya que fomenta la competencia saludable entre las empresas, impulsándolas a mejorar sus procesos de producción y, en muchos casos, a innovar en sus ofertas. A largo plazo, este consumidor informado y exigente podría ser el motor para que Trujillo se consolide como una ciudad con una oferta comercial más sofisticada y competitiva.

LA DIGITALIZACIÓN COMO UN FILTRO DE SELECCIÓN DE EMPRESAS EXITOSAS:

Es innegable que la digitalización ha cambiado las reglas del juego en el comercio local. En Trujillo, las empresas que han sabido adaptarse al entorno digital son las que hoy lideran el mercado, mientras que aquellas que han sido lentas en adoptar estrategias digitales están rezagadas, luchando por mantener su relevancia. Los consumidores de hoy no solo buscan

información en línea, sino que confían en ella para tomar decisiones. Plataformas de comercio electrónico, redes sociales y sitios web bien diseñados se han convertido en los primeros puntos de contacto entre las empresas y los clientes potenciales.

Desde mi perspectiva esto representa tanto una oportunidad como una amenaza para los negocios locales. Aquellos que entienden que el consumidor actual exige información clara, accesible y confiable antes de hacer una compra, tienen la ventaja de conectarse con un mercado más amplio. Sin embargo, quienes aún dependen exclusivamente de métodos tradicionales de venta se enfrentan a la posibilidad de perder terreno frente a competidores que aprovechan las herramientas digitales. Es evidente que en Trujillo el consumidor ha aprendido a desconfiar de la publicidad sin fundamento, y prefiere comprobar por sí mismo las credenciales de una marca antes de invertir en ella.

EL DESPERTAR DE LA CONCIENCIA POR LA SOSTENIBILIDAD:

Un aspecto fascinante del nuevo perfil del consumidor trujillano es su creciente preocupación por la sostenibilidad. En una ciudad donde habitualmente las decisiones de compra se han guiado por el precio, la sostenibilidad está ganando terreno como un valor determinante. Esto no es un simple capricho temporal, sino una tendencia que responde a la globalización y a la mayor conciencia ambiental. Cada vez más, los consumidores trujillanos buscan productos que no solo les ofrezcan calidad y buen precio, sino que también tengan un impacto positivo o al menos neutro en el medio ambiente.

Este cambio de mentalidad ha puesto presión sobre las empresas locales para que adopten prácticas más responsables, desde la reducción de empaques plásticos hasta la implementación de procesos de producción más limpios. En mi opinión la sostenibilidad ya no es solo una opción; es una obligación para las empresas que quieren mantenerse relevantes en este nuevo entorno. El consumidor trujillano ha despertado y no es probable que vuelva a aceptar empresas que ignoran este importante aspecto.

LA ADAPTABILIDAD ANTE LOS CAMBIOS SOCIOECONÓMICOS:

Finalmente, la pandemia de COVID-19 aceleró tendencias que ya se estaban gestando. En Trujillo, como en muchas otras partes del mundo, los consumidores comenzaron a priorizar la conveniencia, la seguridad y el apoyo a las empresas locales. Aquellas empresas que lograron adaptarse rápidamente a las nuevas demandas, como la entrega a domicilio, las compras en línea y las medidas de seguridad, salieron fortalecidas de la crisis. Sin embargo, aquellos que no se adaptaron vieron disminuidas sus ventas o incluso tuvieron que cerrar sus puertas.

Desde mi perspectiva, esta situación dejó una lección clara: el consumidor de hoy no tiene tiempo para empresas que no puedan adaptarse a sus necesidades. La flexibilidad y la capacidad de respuesta se han convertido en factores clave para la lealtad del consumidor. Las empresas que no logren adaptarse a esta nueva realidad pronto serán reemplazadas por aquellas que sí lo hacen, lo que representa un cambio profundo y necesario en el panorama comercial de Trujillo.

Conclusión

En definitiva, el perfil del consumidor en Trujillo ha evolucionado profundamente, impulsado por una combinación de factores económicos, tecnológicos y sociales que redefinen sus expectativas. La digitalización no es simplemente una tendencia, sino una exigencia que ha puesto en jaque a las empresas locales. El trujillano promedio ya no es un comprador pasivo, sino un agente crítico que investiga compara y demanda calidad. A su vez, la preocupación por la sostenibilidad y el apoyo a productos locales están redefiniendo las prioridades de compra, lo que obliga a las empresas a adoptar enfoques más responsables y comprometidos con el entorno.

Las empresas que logren comprender y, más importante, anticipar estos cambios, estarán en una posición ventajosa para ganar la lealtad de este nuevo tipo de consumidor. Sin embargo, no basta con adaptarse; se requiere innovación constante para conectar verdaderamente con los clientes. Trujillo, con su creciente dinámica comercial, representa una tierra de oportunidades, pero solo para aquellos que estén dispuestos a replantear sus estrategias y a abordar al consumidor con un enfoque inclusivo, digital y sostenible.

Es el momento de dejar atrás las viejas fórmulas y adoptar enfoques más audaces. La clave del éxito en este nuevo entorno no radica únicamente en ofrecer productos competitivos, sino en entender las necesidades complejas y cambiantes de un consumidor que exige más y mejor. El futuro comercial de Trujillo dependerá de cuán dispuestas estén las empresas a ser parte de este cambio.

CÓDIGOS DE ÉTICA

Ciencia y Negocios, revista de la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego, en el plano internacional, se adhiere a las disposiciones elaboradas por Committee on Publication Ethics (COPE), y en el plano institucional asume lo dispuesto mediante la Resolución Rectoral N° 072-2027-CD-UPAO que aprueba el Código de Ética para la Investigación de esta casa de estudios.

En tal sentido, asumimos los criterios de las buenas prácticas para la edición de revistas.

Entones, la creatividad, la veracidad, la honestidad son constantes del quehacer editorial.

Los diferentes textos presentados deben caracterizarse por su originalidad, no haber sido publicados anteriormente y que no sean enviados al mismo tiempo a otro medio.

Cuando en un texto figure más de un autor, todos deben haber sido partícipes en las diferentes fases de la producción del trabajo. Es reñido con la ética la inclusión de personas que no tuvieron efectiva y directa participación durante la investigación y elaboración del informe.

Igualmente, es reñido contra la ética la presentación de textos parcial o totalmente tomados de otros autores, o parafraseados sin presentar las referencias bibliográficas. Estas acciones de plagio se encuentran tipificadas para su penalidad por la legislación vigente.

Los textos remitidos a los evaluadores tienen carácter de confidencialidad y no serán usados para fines ajenos a su labor.

AUTORIZACIÓN PARA EDICIÓN Y PUBLICACIÓN DE ARTÍCULO CIENTÍFICO EN REVISTA CIENCIA Y NEGOCIOS

Artículo

_____

Autor(es)

_____

Fecha

_____

Por el presente documento autorizo la edición y publicación del artículo científico indicado, para la revista Ciencia y Negocios (ISSN 2706-5413; hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2019-13003) en su versión impresa y en su versión digital. Se hará efectivo cuando el trabajo sea aceptado por el Comité Editorial.

Confirmo (confirmamos) también que el escrito no contiene materia cuya publicación viole algún otro

derecho de propiedad intelectual de autor de cualquier otra persona o entidad.

Firma (s)

_____

Documento(s) de Identidad

_____

Nota: el trabajo no será procesado para su publicación en tanto que los editores no reciban esta auto rización debidamente firmada en copia de esta hoja. Si el artículo no es publicado en la revista Pueblo Continente, este documento no tendrá efecto alguno.

INFORMACIÓN PARA LOS AUTORES

1. Los artículos enviados a la revista deben ser originales e inéditos; redactados en español, impresos en papel bond blanco tamaño A4 , por una sola página, a doble espacio y con márgenes de por lo menos 25mm.

2. La extensión del manuscrito, incluyendo la bibliografía, en promedio debe ser de unas doce (12 páginas), con caracteres de 12 puntos, estilo Times New Roman.

3. Debe enviarse un original y dos copias impresas, más un CD, en formato Word y tablas en Excel. Las páginas se numerarán correlativamente.

4. El artículo original comprende las siguiente partes:
   a. Título en español e inglés.
   b. Nombre y apellidos del autor o autores.
   c. Resumen y palabras clave.
   d. Abstract y key words.
   e. Introducción.
   f. Material y métodos.
   g. Resultados (tablas y cuadros).
   h. Discusión.
   i. Conclusiones .
   j. Agradecimientos (si fuera el caso)
   k. Referencias bibliográficas.

5. El artículo de revisión comprende las siguiente partes:
   a. Título en español e inglés.
   b. Nombre y apellidos del autor o autores.
   c. Resumen y palabras clave.
   d. Abstract y key words.
   e. Introducción.
   f. Material y métodos.
   g. Contenido.
   h. Discusión.
   i. Conclusiones y/o recomendaciones .
   j. Referencias Bibliográficas.

6. Un reporte de caso (o estudio de casos), en general, debe comprender :
   a. Título en español e inglés.
   b. Nombre y apellidos del autor o autores.
   c. Resumen y palabras clave.
   d. Abstract y key words.
   e. Introducción.
   f. Contenido.
   g. Discusión.
   h. Conclusiones

7. Un trabajo de ensayo u opinión, en general , comprende las siguientes partes:
   a. Título en español e inglés.
   b. Nombre y apellidos del autor o autores.
   c. Resumen y palabras clave.
   d. Abstract y key words.
   e. Introducción.
   f. Contenido (y discusión).
   g. Conclusiones

8. Los trabajos serán sometidos a revisión y evaluación por pares de la misma área, profesión y especialidad (arbitraje).

9. El título o grado académico del autor o autores y su filiación institucional aparecerá en el pie de la primera página del artículo , separado del texto por una línea horizontal continua .

10. Las unidades de media se escriben según el sistema Internacional de Unidades; las cifras deben agruparse en tríos a la derecha e izquierda de la coma decimal y separadas entre sí por espacio simple.

11. Las figuras y cuadros (tablas) con sus números, títulos y leyenda respectivos , deben numerarse correlativamente. Los cuadros o tablas no deben llevar subrayado interior.

12. En general el formato de las referencias bibliográficas seguirán el estilo vancouver para las ciencias formales, y APA para las ciencias no formales.
    Las referencias en el texto , en el caso del estilo vancouver, se numerarán consecutivamente en orden de mención con número arábigos exponenciales pequeños. En ese orden se agruparán al final trabajo . Se asignará un solo número a cada referencia.

13. Cuando se describan trabajos realizados en personas o con animales debe declararse haber cumplido con las normas éticas internacionales respectivas.

14. En general debe declararse cualquier situación que implique conflicto de intereses del autor en relación con el artículo presentado.

15. Al final del artículo debe consignarse la dirección del autor o de uno de los autores, con fines de correspondencia.

16. Presentado el trabajo para su publicación, no puede ser enviado al mismo tiempo a otras revistas. Una vez aprobada su publicación, todos los derechos de reproducción total o parcial pasan a la revista "Pueblo continente".

17. Los originales no se devolverán al autor.

18. Una vez publicada la revista, cada autor tiene derecho a cinco (5) ejemplares del número respectivo .

INFORMACIÓN PARA LOS LECTORES

CÓMO CITAR LOS ARTÍCULOS DE ESTA REVISTA

Los artículos de nuestra revista pueden ser reproducidos parcialmente, siempre y cuando se cite a su autor y la fuente, de la siguiente manera: apellido (s) y nombre (s) del autor, título completo del artículo, ciudad y país, identificación de la revista, volumen, número, año y páginas.

Ejemplo: Álvarez Sánchez Alicia Alejandra, Arbaiza Valderrama Fabiana Mariel, Alpaca Salvador Hugo Antonio. Incubadora S360° y la creación de empresas de los estudiantes universitarios.Ciencia y Negocios, Trujillo, Perú, Vol.1 N°2, julio-diciembre,2019:7-17

PARTICIPACIÓN

Los lectores pueden tener presencia y participación en Ciencia y Negocios, comunicándose mediante cartas, en las cuales dejen sus comentarios y sugerencias, que serán publicadas en nuestra revista.

Pueden, asimismo, remitir imágenes –con sus respectivas leyendas o explicaciones, procedencia y autoría- relacionadas con el objetivo de Ciencia y Negocios.

En cada caso, los remitentes externos anotarán el lugar de origen de su comunicación y la fecha, sus nombres, apellidos, correo electrónico y documento de identidad. Los docentes de la UPAO y colaboradores de Ciencia y Negocios se identificarán como tales.

UPAO | FONDO EDITORIAL