

# CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E  
ABRINDO CAMINHOS

JORGE JOSÉ MARTINS RODRIGUES  
MARIA AMÉLIA MARQUES

(Organizadores)

VOL III



EDITORA  
ARTEMIS

2022

# CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E  
ABRINDO CAMINHOS

JORGE JOSÉ MARTINS RODRIGUES  
MARIA AMÉLIA MARQUES

(Organizadores)

VOL III



EDITORA  
ARTEMIS

2022

2022 by Editora Artemis  
Copyright © Editora Artemis  
Copyright do Texto © 2022 Os autores  
Copyright da Edição © 2022 Editora Artemis



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

<b>Editora Chefe</b>	Prof. <sup>a</sup> Dr. <sup>a</sup> Antonella Carvalho de Oliveira
<b>Editora Executiva</b>	M. <sup>a</sup> Viviane Carvalho Mocellin
<b>Direção de Arte</b>	M. <sup>a</sup> Bruna Bejarano
<b>Diagramação</b>	Elisangela Abreu
<b>Organizadoras</b>	Prof. Dr. Jorge José Martins Rodrigues Prof. <sup>a</sup> Dr. <sup>a</sup> Maria Amélia Marques
<b>Imagem da Capa</b>	ciempies
<b>Bibliotecário</b>	Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

#### Conselho Editorial

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”, Cuba*  
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, *Universidade Federal de Uberlândia*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Amanda Ramalho de Freitas Brito, *Universidade Federal da Paraíba*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Júlia Viamonte, *Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal*  
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano, Peru*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Angela Ester Mallmann Centenaro, *Universidade do Estado de Mato Grosso*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla, Espanha*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Carmen Pimentel, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Catarina Castro, *Universidade Nova de Lisboa, Portugal*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato, México*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cláudia Padovesi Fonseca, *Universidade de Brasília-DF*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cláudia Neves, *Universidade Aberta de Portugal*  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, *Universidade Federal da Grande Dourados*  
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Espanha*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Deuzimar Costa Serra, *Universidade Estadual do Maranhão*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Dina Maria Martins Ferreira, *Universidade Estadual do Ceará*  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, *Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal*



Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, Universidade de São Paulo  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima  
Prof.ª Dr.ª Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México  
Prof.ª Dr.ª Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional*, Argentina  
Prof.ª Dr.ª Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca*, Espanha  
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República*, Uruguay  
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara*, México  
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona*, Espanha  
Prof.ª Dr.ª Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal  
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro  
Prof.ª Dr.ª Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis*, Argentina  
Prof.ª Dr.ª Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina  
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal  
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina  
Prof.ª Dr.ª Iara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco  
Prof.ª Dr.ª Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura*, Peru  
Prof.ª Dr.ª Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina  
Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío*, Chile  
Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas  
Prof. Me. Javier Antonio Alborno, *University of Miami and Miami Dade College*, USA  
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla – La Mancha*, Espanha  
Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal  
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES – Centro Universitário de Mineiros  
Prof. Dr. José Cortez Godinez, Universidad Autónoma de Baja California, México  
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid*, Espanha  
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín*, Colômbia  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista  
Prof.ª Dr.ª Lúvia do Carmo, Universidade Federal de Goiás  
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo  
Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, Universidad Nacional Autónoma de México, México  
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha  
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha  
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodríguez, *Universidad Santiago de Compostela*, Espanha  
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista  
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe  
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada*, Espanha  
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto  
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia  
Prof.ª Dr.ª Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I*, Espanha  
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal  
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão  
Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal

Prof.ª Dr.ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana "José Antonio Echeverría"*, Cuba  
Prof.ª Dr.ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras  
Prof.ª Dr.ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense  
Prof.ª Dr.ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras  
Prof.ª Dr.ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia  
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia  
Prof.ª Dr.ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina  
Prof.ª Dr.ª Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal  
Prof.ª Dr.ª Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal  
Prof. Dr. Turpo Gebera Osbaldo Washington, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru  
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa  
Prof.ª Dr.ª Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande  
Prof.ª Dr.ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

C569 Ciências socialmente aplicáveis [livro eletrônico] : integrando saberes e abrindo caminhos: vol. III / Organizadores Jorge José Martins Rodrigues, Maria Amélia Marques. – Curitiba, PR: Artemis, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

Edição bilíngue

ISBN 978-65-87396-58-3

DOI 10.37572/EdArt\_290522583

1. Ciências sociais aplicadas – Pesquisa – Brasil. I. Rodrigues, Jorge José Martins. II. Marques, Maria Amélia.

CDD 300

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**

## APRESENTAÇÃO

O livro que ora se encontra nas vossas mãos, no seu terceiro volume, é por tradição um livro de temática interdisciplinar e transdisciplinar no campo das ciências sociais aplicadas. É interdisciplinar porque cruza várias disciplinas do saber. A sua transdisciplinaridade fica a dever-se aos múltiplos campos do conhecimento abrangidos, com os trabalhos apresentados a inserirem-se em temáticas emergentes nos vários campos científicos.

A metodologia seguida na organização deste volume, podendo ser discutível, privilegiou os conteúdos dos artigos, o que originou o chapéu Educação-Organização-Informação, decomposto nos eixos temáticos: Educação e formação profissional, Organizações, trabalho e responsabilidade social, Informação, transparência e decisão. Na construção da estrutura de cada um destes eixos procurou-se seguir uma lógica em que cada artigo possa contribuir para uma melhor compreensão do artigo seguinte, gerando-se um fluxo de conhecimento acumulado que se pretende fluido e em espiral crescente.

Assim, o eixo Educação e formação profissional abarca um conjunto de dez artigos que se preocupam com a redução de desigualdades. Para tal advogam o recurso a metodologias de ensino e aprendizagem com recurso a mediadores que orientem metodologicamente estes processos, no sentido de implementar e respeitar valores éticos, de cidadania e direitos humanos. Pode também recorrer-se à formação contínua em contexto de trabalho, com recurso a comunidades virtuais de aprendizagem e orientação para determinadas áreas funcionais, recorrendo a processos educativos de formação e inovação educativa, através de metodologias de colaboração e cooperação. Tais processos não dispensam uma reflexão crítica do formando no processo de avaliação e consolidação dos conteúdos objeto de aprendizagem, como forma de o mesmo contribuir para um maior conhecimento a favor da comunidade.

O eixo Organizações, trabalho e responsabilidade social agrega um conjunto de nove artigos que se preocupam com o bem-estar da sociedade. Vivemos numa sociedade de organizações, em que a célula mais pequena e influente é a família. Esta socorre-se das suas redes de relações significativas – redes de negócios – para conseguir obter os seus objetivos através do trabalho em cooperação. Esta capacidade intrínseca da família constitui um ativo intangível potenciador de vantagem competitiva, a qual poderá ser preservada e ampliada através de ações de responsabilidade socialmente aceites. Esta praxis parece estar a modificar paulatinamente algumas organizações económicas e movimentos sociais, procurando a conciliação entre o trabalho e a família,

independentemente do setor económico, sociedade civil ou do estágio de vida em que o indivíduo se encontre, contribuindo para um envelhecimento saudável ativo.

Por sua vez, o eixo Informação, transparência e decisão é constituído por quatro artigos que demonstram preocupações com a qualidade da informação, seja ela voluntária ou obrigatória. Aquela deve ser transparente e tempestiva, e contribuir para um relato que siga padrões de referência socialmente aceites. Estas características são necessárias devido à transversalidade e utilidade da informação para a tomada de decisão, quer a nível público quer a nível privado.

Com a disponibilização deste livro e seus artigos esperamos que os mesmos gerem inquietude intelectual e curiosidade científica, procurando a satisfação de novas necessidades e descobertas, motor de todas as fontes de inovação.

Jorge Rodrigues, ISCAL/IPL, Portugal

Maria Amélia Marques, ESCE/IPS, Portugal

## SUMÁRIO

### EDUCAÇÃO - ORGANIZAÇÕES - INFORMAÇÃO

#### EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

#### **CAPÍTULO 1.....1**

##### DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DO PROFESSOR PRIMÁRIO EM MOÇAMBIQUE

Maura Juçá Manoel

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905225831](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225831)

#### **CAPÍTULO 2..... 15**

##### IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN LOS ESTUDIANTES DEL ÁREA DE LA SALUD

Alida Bella Vallejo-López

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905225832](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225832)

#### **CAPÍTULO 3.....24**

##### PROYECTO WEB DIGITAL PARA POTENCIAR EL APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS, BASADO EN UNA COMUNIDAD VIRTUAL DE APRENDIZAJE (CVA)

Moisés Ramón Villa Fajardo

Agustina Ortiz Soriano

Karla Fabiola Barajas Pérez

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905225833](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225833)

#### **CAPÍTULO 4.....32**

##### CARACTERIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS JÓVENES BACHILLERES DEL CANTÓN ESMERALDAS

Jenny Cristina Cervantes Intriago

Joyce Oriana Arboleda Orejuela

Verónica Elizabeth Aguilar Quiñónez

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905225834](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225834)



**CAPÍTULO 5.....42**

IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO BIOÉTICA NO ENSINO DAS COMUNIDADES ANGOLANAS

Benvinda Bibiana de Fátima Pembelindjele Caita

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905225835](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225835)

**CAPÍTULO 6.....52**

IMPACTO DE LA RÚBRICA COMO GUÍA DEL DISPOSITIVO DE EVALUACIÓN EN LA ENSEÑANZA DEL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE

Jorge Ezequiel Moyano

Emilio Izarra

Matías Moncho

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905225836](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225836)

**CAPÍTULO 7 .....67**

IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DE MINDFULNESS PARA REDUCIR EL ESTRÉS EN ALUMNOS EN SU PRUEBA DE APTITUD ACADÉMICA PARA INGRESO AL INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY EN TOLUCA

Carlos Fernando Leal Gómez

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905225837](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225837)

**CAPÍTULO 8..... 86**

DETECCIÓN DE ERRORES ORTOGRÁFICOS PARA LA VALIDACIÓN DE LA CALIDAD EN DATOS ABIERTOS GUBERNAMENTALES PARA LA MÉTRICA DEL FACTOR SYNTACTIC CORRECTNESS

Roxana Martínez

Christian Parkinson

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905225838](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225838)

**CAPÍTULO 9.....97**

ÁREA DE FOMENTO Y PROMOCIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN EL OBSERVATORIO DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE OTAVALO

Edwin Santiago Núñez Naranjo

Jesús Francisco González Alonso

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905225839](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225839)

**CAPÍTULO 10..... 110**

RELIGIOUS EDUCATIONAL REFORMS AND THE SHAPING OF MOROCCAN IDENTITY: ISLAMIC EDUCATION TEXTBOOKS AS A CASE STUDY

Somaya Zine-Dine  
Moulay Sadik Maliki

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258310](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258310)

**ORGANIZAÇÕES, TRABALHO E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**CAPÍTULO 11.....126**

CARTOGRAFIA DA FAMÍLIA EMPRESÁRIA: PERCURSORES, CONCEITOS E EMERGÊNCIA DE MODELOS TEÓRICOS

Jorge José Martins Rodrigues  
Maria Amélia André Marques

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258311](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258311)

**CAPÍTULO 12..... 144**

SERÁ QUE A UNIÃO FAZ A FORÇA INDEPENDENTEMENTE DA DIMENSÃO DOS INTERVENIENTES? UM ESTUDO SOBRE AS RAZÕES DE INTEGRAÇÃO EM REDE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PORTUGUESAS

Lara Sofia Mendes Bacalhau  
Guilhermina Maria de Silva Freitas

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258312](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258312)

**CAPÍTULO 13.....159**

PODERÁ A RBV CONSIDERAR OS RECURSOS TANGÍVEIS COMO ESTRATÉGICOS? UMA CONTRIBUIÇÃO PARA A ANÁLISE DE RECURSOS VRIO – VISÃO HISTÓRICA

Lara Sofia Mendes Bacalhau  
Guilhermina Maria de Silva Freitas

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258313](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258313)

**CAPÍTULO 14.....174**

“CUSTOMER ORIENTATION AND MANAGEMENT CONTROL IN THE PUBLIC SECTOR: A GARBAGE CAN ANALYSIS”. *UMA ANÁLISE EPISTEMOLÓGICA E ONTOLÓGICA*

Guilhermina Maria de Silva Freitas  
Lara Sofia Mendes Bacalhau

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258314](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258314)

**CAPÍTULO 15** ..... **184**

DISCURSOS PERCEPCIONES Y AGENDA DE REFORMA LABORAL-FLEXIBILIDAD ARGENTINOS. PROCESO INTERPRETATIVO Y CULTURA ORGANIZACIONAL 2018-2022

Liliana Edith Ferrari

Andrea Karina Batista Teliz

Esteban Córdoba

Lautaro Cirami

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258315](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258315)

**CAPÍTULO 16** ..... **196**

INCORPORAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA TOMADA DE DECISÃO ESTRATÉGICA NUMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

Maria Dulce da Costa Matos e Coelho

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258316](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258316)

**CAPÍTULO 17** ..... **210**

A CONCILIAÇÃO ENTRE A VIDA PROFISSIONAL, FAMILIAR E PESSOAL NA COMUNICAÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL – UMA ANÁLISE DAS ORGANIZAÇÕES CERTIFICADAS COMO FAMILIARMENTE RESPONSÁVEIS

Elisabete Correia

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258317](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258317)

**CAPÍTULO 18** ..... **229**

ASSOCIAÇÕES QUE PROMOVEM O ENVELHECIMENTO ATIVO; UMA FERRAMENTA NO FUTURO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL

Maria da Graça Moreira

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258318](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258318)

**CAPÍTULO 19** ..... **237**

PROTEÇÃO À MULHER NO HORIZONTE DA PACIFICAÇÃO SOCIAL

Marzely Gorges Farias

Zelindro Ismael Farias

Cleia Demétrio Pereira

Martha Inés Moreno Mendel

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258319](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258319)

## INFORMAÇÃO, TRANSPARÊNCIA E DECISÃO

### **CAPÍTULO 20 .....251**

A ANÁLISE DISCRIMINANTE, O *GOING CONCERN* E O *SCORING* – UM *OVERVIEW*

Cândido Jorge Peres Moreira  
Mário Alexandre Guerreiro Antão  
Domingos Custódio Cristóvão  
Hélio Miguel Gomes Marques  
Pedro Miguel Baptista Pinheiro  
Catarina Carvalho Terrinca

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258320](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258320)

### **CAPÍTULO 21 .....263**

DETERMINANTES DA OPINIÃO MODIFICADA DA AUDITORIA NOS MUNICÍPIOS PORTUGUESES DE MÉDIA DIMENSÃO (2016-2018)

Paula Gomes dos Santos  
Carla Martinho  
Raquel Lopes

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258321](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258321)

### **CAPÍTULO 22 ..... 277**

ANÁLISIS DEL MERCADO DE CAPITALES DEL ECUADOR

Carolina Uzcátegui Sánchez  
Karen Michel Serrano Orellana

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258322](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258322)

### **CAPÍTULO 23 .....289**

CONTABILIDADE PÚBLICA E IPSAS EM PORTUGAL: O SISTEMA DE NORMALIZAÇÃO CONTABILÍSTICA PARA AS ADMINISTRAÇÕES PÚBLICAS

Maria da Conceição da Costa Marques

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052258323](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258323)

### **SOBRE OS ORGANIZADORES .....307**

### **ÍNDICE REMISSIVO ..... 308**

# CAPÍTULO 9

## ÁREA DE FOMENTO Y PROMOCIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN EL OBSERVATORIO DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE OTAVALO

Data de submissão: 18/03/2022

Data de aceite: 08/04/2022

**Edwin Santiago Núñez Naranjo**

Docente Tiempo Completo

Área de Ciencias Empresariales

Universidad de Otavalo

Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-0173-9611>

**Jesús Francisco González Alonso**

Docente Tiempo Completo

Área de Ciencias Empresariales

Universidad de Otavalo

Ecuador

[jgonzalez@uotavalo.edu.ec](mailto:jgonzalez@uotavalo.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-8712-1109>

**RESUMEN:** El objetivo del trabajo es presentar la metodología de clasificación de la información del área de fomento y promoción para la comercialización de productos y servicios en el Observatorio de Ciencias Empresariales de Universidad de Otavalo para el año 2022. Con la necesidad de poner en funcionamiento dicha área desde el año 2022 se crea el sitio web donde se destina un apartado denominado OBCE-PRO con la

finalidad de promocionar el producto o servicio del comerciante en el espacio digital. Se ha realizado un levantamiento de información de 300 fichas las cuales se han clasificado a partir de un criterio técnico, el cual se presenta en el documento a continuación.

**PALABRAS CLAVE:** Observatorio de Ciencias Empresariales. Clasificación. Área de promoción y fomento.

DEVELOPMENT AND PROMOTION  
AREA FOR THE PRODUCTS AND  
SERVICES COMMERCIALIZATION IN THE  
OBSERVATORY OF BUSINESS SCIENCES  
OF THE UNIVERSITY OF OTAVALO

**ABSTRACT:** The objective of this paper work is to present the classification methodology of the information of the development and promotion area for the commercialization of products and services in the Business Sciences Observatory of the University of Otavalo for the year 2022. With the need to put into operation said area from the year 2022 the website is created where a section called OBCE-PRO is destined with the purpose of promoting the merchant's product or service in the digital space. An information survey of 300 cards has been carried out, which have been classified based on a technical criterion, which is presented in the following document.

**KEYWORDS:** Observatory of Business Sciences. Classification. Area of promotion and development.

## 1 INTRODUCCIÓN

Los observatorios son espacios de pensamiento en los que se da seguimiento a la evolución de un fenómeno, el propósito principal es la búsqueda y recolección de datos importantes acerca de un campo de interés, para posteriormente brindarlos a la sociedad en general. Según la Real Academia Española (s.f.), define al observatorio como un lugar para realizar observaciones que involucra a un conjunto de personas, en instalaciones adecuadas y con instrumentos apropiados para ejecutar observaciones astronómicas o meteorológicas. Para Martínez, et al. (2019), los observatorios tienen el objetivo principal de enfocarse en el estudio, registro y análisis de la situación actual y la evolución de una determinada problemática. Leyva y Tabares (2011) asientan que:

La mayoría de estudios revisados define a los observatorios como espacios, instrumentos, medios, formas de organización o técnicas cuya finalidad es observar, registrar y analizar un fenómeno de la realidad. Estos fenómenos pueden ser sociales, políticos o económicos en un territorio nacional, regional o local. (p. 182)

Todo observatorio cumple con la función de investigar, recabar, revisar y discutir información de un área específica, para luego proponer y presentar los resultados de la investigación realizada a la comunidad, como una ayuda que aclare la incertidumbre o desconocimiento total de un problema o fenómeno actual; cada observatorio desarrolla su actividad con el fin de “mejorar su conocimiento y de constituirse en una herramienta valiosa para el trabajo de organismos públicos, académicos u otras organizaciones sociales” (Mapa de Valores del Suelo en América Latina, 2017).

En el área comercial, existen diferentes observatorios que analizan el comercio, algunos de estos son: el Observatorio de Comercio Internacional (OCI), que presenta información estadística de las exportaciones de productos y servicios con valor agregado; el Observatorio de Comercio Exterior (OCEX), pertenece a la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) en Costa Rica y se dedica al comercio exterior y su impacto socioeconómico nacional y regional; el Observatorio Logístico de Comercio Exterior, analiza la competitividad en logística de un país; el Observatorio Virtual Asia-Pacífico es parte de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, es una plataforma dedicada al estudio de las relaciones internacionales y el Observatorio de la Economía Latinoamericana, se encarga de las investigaciones financieras y comerciales de toda Latinoamérica, ofrece artículos y trabajos del pasado y el presente de finanzas, comercio y negocios.

En Ecuador, existen observatorios con el mismo propósito, entre estos están el Observatorio de Comercio Exterior en la ciudad de Quito, que da seguimiento y

busca presencia a nivel nacional e internacional en materia de comercio exterior y negociaciones comerciales; el Observatorio de la Pequeña y Mediana Empresa - Pyme de la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, tiene como objetivo generar y analizar información acerca de la evolución histórica, la situación actual y las perspectivas futuras del sector productivo de micro, pequeña y mediana empresa; el Observatorio de la Economía y el Comercio Justo de la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), es un espacio que involucra a la academia para generar información, reflexión y debate sobre economía solidaria y comercio justo; la Corporación de Promoción Económica CONQUITO, es una organización privada que se enfoca en fomentar la productividad y el desarrollo socioeconómico de Quito; el Instituto de Investigaciones Económicas de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador (PUCE), involucra a docentes y estudiantes a la investigación de necesidades sociales y económicas nacionales e internacionales; el Centro de Investigaciones económicas de la Universidad de las Américas (UDLA), busca contribuir con la investigación social y económica de la comunidad, también tiene como objetivos desarrollar programas de investigación que vinculen a la UDLA con la comunidad, generar nuevos conocimientos y difundirlos de manera adecuada como beneficio colectivo, enfocándose en las familias menos favorecidas ayudando con planes piloto en educación, educación financiera y economía familiar; entre otros. Cada uno de estos tienen la misma finalidad de buscar y recolectar datos importantes en materia de comercio exterior, relaciones internacionales y economía, para luego iniciar con un análisis y servirla finalmente como ayuda a empresas o a la ciudadanía en general, a fin de contribuir en parte al desarrollo del país.

Dentro de la Universidad de Otavalo, se encuentra el Observatorio de Ciencias Empresariales, este es un órgano investigativo que forma parte del Área de Ciencias Empresariales. Esta idea es planificada e inicia con su construcción en el año 2018, como Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera, para dar soluciones a los problemas de comercialización de empresas y personas del norte de Ecuador a nivel internacional. El 12 de febrero de 2020, es aprobado por parte del Órgano Colegiado Superior de la universidad, su creación y funcionamiento como un órgano académico que involucra a docentes y estudiantes de la carrera de Comercio Exterior en sus investigaciones (Observatorio de Ciencias Empresariales [OBCE], s.f.).

Durante la pandemia Covid-19 y la crisis sanitaria que trajo consigo, el OBCE inicia con una reingeniería de procesos, que permitan abarcar las propuestas comerciales ante los problemas del momento, donde se toma como análisis un campo más amplio de investigación. Esta propuesta es aprobada el 26 de febrero del 2021 y entra en vigor el nuevo órgano académico de la universidad, enfocado en brindar datos necesarios

a la sociedad ecuatoriana en temas administrativos, contables y de comercio exterior (OBCE, s.f.).

La reingeniería del OBCE, está enfocada en adherir los procesos de gestión administrativa y gestión contable y auditoría, para conformar un conjunto de procesos con el ya existente de comercio exterior, para esto se implementa “una metodología administrativa multifuncional que reorganiza los procesos considerando un flujo natural de información, esto con el fin de llegar a una mejora continua que el Observatorio de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo ha requerido” (Núñez et al., 2021, p. 87). El rediseño del OBCE está basado en los tres tipos de reingeniería de procesos que son la reducción de costos, el posicionamiento competitivo y la innovación radical; por ende, se crea un ciclo de reestructuración en donde entra a un análisis la visión y misión, la identificación de nuevos procesos, la determinación de procesos, la evaluación de los procesos y la mejora continua (Núñez, et al., 2021, p. 88).

Con esta renovación el OBCE, se plantea objetivos que le permitan desarrollar un espacio académico, de investigación y de servicio a la comunidad en materia de comercio exterior, administración, contabilidad y auditoría; proponer alianzas con el sector público y privado para la creación de nuevos emprendimientos o negocios, con enfoque a la internacionalización; también por parte de la universidad ofrecer carreras que vayan acorde a las necesidades actuales de la región norte de Ecuador y así lograr vincular a los estudiantes con las dificultades de la región, por medio de la vinculación con la sociedad y prácticas preprofesionales, para lograr que los conocimientos desarrollados vayan de lo teórico a lo práctico.

Los servicios que brinda el OBCE son el asesoramiento comercial en gestión administrativa, gestión contable y auditoría, inteligencia comercial, comercio exterior, relaciones internacionales e inversión extranjera; el acompañamiento empresarial para la innovación desde la pre-incubación, incubación y aceleración, post-incubación de ideas y negocios; estudios económicos y empresariales y la formación continua de diplomados y cursos en temáticas económicas y empresariales. Pero sobre todo ofrece la promoción de servicios y productos de la zona norte a través del área denominada como OBCE-PRO, la cual tiene su propia página virtual de enlace.

En este documento se pretende presentar un instructivo operativo del OBCE-PRO, el cual ofrece a los usuarios internos y externos una secuencia de actividades que se desglosan de los procesos de inteligencia comercial, comercio exterior, relaciones internacionales e inversión extranjera del observatorio. El propósito principal de este instructivo es suministrar al especialista de comercio exterior en el área de ciencias empresariales una guía, que incluye los procesos operativos de un observatorio de



comercio exterior e inversión extranjera, por medio de aplicación del conocimiento desde una perspectiva académica e investigativa teniendo en cuenta las necesidades actuales (González, et al., 2020, p. 9).

Una vez se creó el OBCE en 2021, la Universidad de Otavalo busca ahora en 2022 brindar la mayor cantidad de servicios por medio de este espacio académico y de observación. En marzo del 2021, se manifiesta una nueva iniciativa de diseñar un área funcional para fomento y promoción de las exportaciones del observatorio, esta idea responde a la problemática que nació tras la emergencia sanitaria por Covid-19 y el impacto que sufrieron varios negocios en el país. El área funcional de fomento y promoción es un espacio digital que expone a los productos y servicios, mediante la presentación de una ficha técnica con características de este (Carrasco, 2021). Por lo tanto, el objetivo principal de esta área es ayudar a los comerciantes de la región norte del Ecuador, mediante una plataforma digital donde clientes y consumidores pueden acceder a cualquier hora del día, para informarse de las características de los productos y servicios que se ofertan y luego se contacte con el vendedor para efectuar la compra de lo observado. También, esta área de fomento y promoción es importante y de mucha ayuda para el desarrollo económico del norte de Ecuador, ya que invita e incentiva a que los comerciantes internacionalicen sus negocios y así obtengan más beneficios económicos.

Uno de los problemas que impide incrementar las ventas en una empresa o negocio, es no contar con varios canales de venta, para presentar sus productos o servicios a los consumidores. Esta problemática se puede dar por motivo de que no tienen suficiente conocimiento sobre estos canales o no cuentan con tecnología y recursos financieros necesarios, lo que provoca que no se tomen las mejores decisiones al utilizar únicamente métodos tradicionales para distribuir sus bienes.

Con la globalización y los avances de la tecnología, la comercialización de mercancías y servicios ha tenido un gran progreso, en especial, con la implementación e innovación de métodos de venta para llegar al consumidor. Por ejemplo, los sitios web o páginas web son los medios que están en su auge, por los grandes beneficios que generan a las organizaciones; contar con uno de estos espacios permite llegar a un gran número de clientes y consumidores a nivel mundial, por lo que es necesario que una empresa o negocio tenga acceso a una de estas áreas digitales.

En la actualidad, las páginas web o sitios webs juegan un papel fundamental dentro de la actividad comercial de una organización, ya que les ayuda a ser partícipes del comercio electrónico donde tienen acceso a un amplio mercado nacional e internacional, haciendo uso de las tecnologías de la información y comunicación que permiten que no sea necesario el contacto físico entre comprador y vendedor, para efectuar una transacción

comercial. Pese a esto, algunos comerciantes optan por seguir utilizando el comercio tradicional y dejar a un lado las nuevas oportunidades de aumentar su productividad y competitividad de sus negocios con el uso del internet.

El e-commerce constituye hoy un elemento muy importante en los grandes flujos comerciales y en los profundos cambios que se operan en el mundo de los negocios, las inversiones y el comercio a partir de la masiva introducción de las nuevas tecnologías de la información. El comercio a través de la Internet es un nuevo instrumento de integración de los mercados internacionales, que mejora la competitividad además que aumenta la información de las empresas sobre las nuevas tecnologías. (Rodas, et al., 2014, p. 2)

En Ecuador, el comercio electrónico surge en el año 1995, a pesar de ello, es notorio que su uso e implementación no ha estado en constante desarrollo, por la falta de conocimientos o temor a descubrir y explorar esta nueva tendencia de comercio (Yunga, 2014). Esto indica que los comercializadores tiene problemas para adaptarse a esta tendencia, algunas de las causantes de esta problemática son la falta de asesorías en comercio electrónico, el desconocimiento de las tecnologías de la información y comunicación, la falta de personal técnico especializado en estas áreas y la ausencia de nuevos canales de distribución directa hacia el cliente; lo que provoca una baja participación en el mercado y deficiencia en la competitividad de las empresas o negocios.

En el país, el 82.3% de las MiPymes hacen uso de la internet, desagregándose de la siguiente manera “las microempresas alcanzan un 48,6%, las medianas empresas un 56,9% y las pequeñas empresas un 52,9%, dando un total general de 52,8%” (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información, 2020). Este consumo de internet es utilizado únicamente para enviar correos o realizar actividades administrativas, y no se lo está empleando para comunicar y distribuir los productos y servicios hacia los clientes y consumidores.

Adicionalmente, la comercialización de productos se vio afectada por la crisis sanitaria causada por la pandemia Covid-19, esta situación actual está forzando a que muchas empresas comiencen a cambiar sus modelos de negocio, ya que obliga a efectuar cualquier compra a través de una transacción electrónica, por eso para algunas empresas o negocios los métodos tradicionales de mercado no son suficientes para enfrentar esta crisis, debido a que la digitalización se convirtió en un requisito obligatorio en el ámbito empresarial (Rodríguez, et al., 2020, p. 101).

En la región norte del Ecuador, la problemática se sitúa en que los comercializadores desconocen de algunos métodos de comercialización, que pueden usar para vender sus productos o servicios a nivel nacional e internacional, y se limitan a contar únicamente con un local físico como punto de venta. Debido a esto, los productores en parte se han

visto afectados en sus ingresos económicos, es por ello que las páginas web o los sitios web son una buena opción para comunicar y vender como se lo mencionó anteriormente, la importancia de estos espacios virtuales es que permiten incrementar las ventas y la productividad, mejorando así la situación económica de los negocios. En ese sentido, las áreas de fomento y promoción son uno de los nuevos retos que toda organización debería de enfrentar, para que se haga la correcta promoción y venta de los productos y servicios que se están ofertando, y por ende se mejore los ingresos económicos de las empresas o negocios; estas pueden ser uno de los mejores y actuales métodos para atraer a clientes, pero aún no existe una total confianza para hacer uso de estas nuevas áreas digitalizadas.

El Observatorio de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo, teniendo en cuenta la problemática que tienen los comercializadores de la zona norte del país, ha diseñado un área de fomento y promoción, y para el año 2022 iniciará con su funcionamiento involucrando a la academia con la comunidad, donde se pretende brindar un servicio gratuito de promoción. Esta área tiene el objetivo de funcionar como medio de venta de productos y servicios de forma online, permitiendo que los negocios tengan un punto más de venta y su mercancía llegue a más consumidores nacionales e internacionales. Por lo que es necesario la clasificación de la información del área de fomento y promoción para la comercialización de productos y servicios del Observatorio de Ciencias Empresariales. ¿Cómo contribuye la clasificación de la información del área de fomento y promoción para la comercialización de productos y servicios del OBCE, Universidad de Otavalo, año 2022? En consecuencia, el objetivo del trabajo es presentar la metodología de clasificación de la información del área de fomento y promoción para la comercialización de productos y servicios del OBCE, Universidad de Otavalo, año 2022.

Con el diseño del área funcional de fomento y promoción, el OBCE mira la necesidad de poner en funcionamiento dicha área desde el año 2022. Por tal motivo, se crea una ficha de requerimientos necesarios para que el OBCE pueda promocionar el producto o servicio del comerciante en el espacio digital, en estas fichas se detalla información como datos generales del vendedor y del negocio; tipo, especificación y descripción del producto o servicio; nombre científico; dimensiones y peso del producto; dimensiones del envase y embalaje; permisos de funcionamiento del negocio; firma electrónica; sello de calidad INEN; stock actual del producto; imágenes del producto o servicio e información atractiva para el cliente o consumidor. Dichas fichas ya se encuentran llenas y necesitan ser revisadas detenidamente; por lo que se propone la clasificación de información de los productos y servicios comercializables, para que

posteriormente se suba información contundente que genere confianza en los visitantes de la página y se llegue a comercializar los productos y servicios del OBCE.

## 2 METODOLOGÍA

“Es el proceso mediante el cual el analista recopila datos e información de la situación actual de un sistema, con el propósito de identificar problemas y oportunidades de mejora” (Morales, 2009). Este proceso permite revisar y clasificar las fichas de requerimientos necesarios para que el OBCE pueda promocionar el producto o servicio de la zona norte de Ecuador, en el área digital.

La entrevista permite “obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas” (Folgueiras, 2016, p. 2). La entrevista se realiza a expertos que trabajan en el Observatorio de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo, esta tiene el objetivo de obtener una visión general sobre comercialización de productos y servicios de la zona norte de Ecuador. Con el desarrollo de esta investigación se obtendrá la clasificación de la información del área de fomento y promoción de productos y servicios del OBCE, lo que permite poner en funcionamiento el área de fomento y promoción, y de este modo ayudar en la comercialización de los productos de la zona norte de Ecuador.

## 3 DESARROLLO

Con la entrada del nuevo gobierno en Ecuador, dirigido por el mandatario Guillermo Lasso, se presenta el nuevo Plan de Desarrollo Nacional para el período 2021-2025, denominado Plan de Creación de Oportunidades. Este plan engloba a cinco ejes que son: eje económico y generación de empleo, eje social, eje seguridad integral, eje de transición ecológica y eje institucional, cada uno de estos debe de cumplir con objetivos, políticas y metas para su ejecución durante el período establecido. Dentro del eje económico se plantea el objetivo de “impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional” (Secretaría Nacional de Planificación de Ecuador, 2021). En este objetivo se observa que se ha tomado en cuenta al comercio exterior, para fortalecer las relaciones internacionales y los acuerdos comerciales que Ecuador tiene con países y bloques económicos de Latinoamérica y el mundo, con el propósito de que los productos y servicios del país sean comercializados en un amplio mercado.

Los observatorios de comercio exterior, comercio internacional, relaciones internacionales y demás relacionados con el área comercial y económica de Ecuador,

juegan y jugarán un papel fundamental dentro del cumplimiento de el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025, debido a que se fortalecerá el comercio exterior y muchas de las empresas o negocios ecuatorianos buscarán internacionalizarse, para ampliar su mercado de comercialización y así obtener mayor beneficio económico para sus negocios, entonces, uno de los trabajos de los observatorios será ayudar con información clara y concisa a la comunidad, relacionada con el proceso de exportación y de importación.

En la sierra norte de Ecuador, se encuentra la Universidad de Otavalo, ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura. Esta nace por el impulso promotor y fundador del Instituto Otavaleño de Antropología (IOA). Para el año 2002, es aprobada como una institución de educación superior, mediante la Ley N°2002-96, por el Consejo Superior de Universidades y Escuelas Politécnicas; y se plantea que el mayor objetivo de la Universidad de Otavalo es mejorar la calidad humana e intelectual de sus estudiantes, brindando una excelente formación académica (Universidad de Otavalo, s.f.).

La comercialización es la “realización de actividades comerciales que dirigen el flujo de mercancías y servicios del productor al consumidor o usuario, a fin de satisfacer al máximo estos y lograr los objetivos de la empresa” (Vergara, 2012, p. 228). Esto indica que la comercialización es el intercambio de los productos o servicios que nacen de la actividad productiva de una empresa, con el fin de satisfacer las necesidades o deseos de la sociedad. Por lo tanto, dentro del desarrollo de esta acción comercial, se llegan a generar algunos retos a los que deben enfrentarse los comerciantes y de algún modo necesitan buscar nuevas estrategias, que le permitan expender su mercancía y asegurar la operación de la empresa; ya que las ventas son importantes para volver a operar, generar empleos y obtener utilidades.

La presente investigación será de interés, ya que se enfoca en clasificar la información del área de fomento y promoción del Observatorio de Ciencias Empresariales (OBCE) de la Universidad de Otavalo, lo que permitirá la comercialización nacional e internacional de productos y servicios de la zona norte de Ecuador, con el funcionamiento de dicha área desde el año 2022. También está relacionada con las líneas de investigación del Área de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo, vinculándose a las sublíneas de la carrera de Comercio Exterior que son la globalización, negocios internacionales y sostenibilidad.

El proyecto de investigación será factible, porque existen los recursos necesarios (humanos, materiales, técnicos y económicos) para el desarrollo del trabajo; además, se cuenta con la suficiente información sobre los productos y servicios de cada una de las empresas y/o negocios, que están interesados en la promoción nacional e internacional de su actividad comercial.

La clasificación de la información es “un proceso que deben llevar a cabo todas las organizaciones que decidan implantar un Sistema de Gestión de la Información de acuerdo con el estándar ISO/IEC 27001” (Instituto Nacional de Seguridad [INCIBE], 2019). Por lo tanto, la información recolectada para el funcionamiento del área de fomento y promoción del OBCE, es importante y necesita una revisión detenida de cada una de las fichas con requisitos para promocionar el producto o servicio del comerciante, de este modo, se seleccionará información útil y contundente que posteriormente será subida a la página web del órgano académico y así se generará confianza en quiénes la visiten.

La propuesta que se presenta en esta investigación es de gran utilidad, ya que el Observatorio de Ciencias Empresariales (OBCE), busca ser uno de los observatorios referente en la zona norte de Ecuador, enfocándose siempre en brindar ayuda en gestión contable y auditoría, gestión administrativa, inteligencia comercial, relaciones internacionales, comercio exterior e inversión extranjera a empresas, MiPymes, emprendimientos y a la comunidad en general. Debido a esto, brindar el servicio de promoción de productos y servicios en el área digital, le permite al OBCE dar un paso más para cumplir con los lineamientos que se ha planteado en su visión empresarial; y también este órgano académico aportaría en parte al desarrollo económico del norte del país.

La comercialización de productos y servicios en la zona norte de Ecuador, en su mayoría se basa únicamente en la utilización de un solo medio de venta y distribución, lo que da paso a que las ventas tengan un bajo crecimiento y que los ingresos económicos se vean afectados, porque los comerciantes se limitan a usar únicamente tiendas físicas por el desconocimiento o simplemente por temor a fracasar con otro medio de venta y no optan por usar los nuevos espacios como las páginas web o sitios web; que en la actualidad “se está convirtiendo en uno de los factores indispensables para aportar un amplio crecimiento en la cadena de valor de nuestro negocio o emprendimiento” (Soler, 2019). Teniendo en cuenta esta problemática, se puede afirmar que la indagación a realizarse aporta con nuevas ideas o soluciones a las necesidades actuales del sector comercial, es por ello que la clasificación de la información dará paso al funcionamiento del área de fomento y promoción del OBCE, convirtiéndose en ayuda para mejorar las ventas y la situación actual de los negocios de estos comercializadores.

Los beneficiarios de la presente investigación serán la academia y la comunidad de la zona norte de Ecuador, ya que permite que los estudiantes y docentes de la Universidad de Otavalo se vinculen a las problemáticas actuales de dicha comunidad, mediante la investigación, vinculación con la sociedad, prácticas preprofesionales y trabajos de titulación. Para los estudiantes, se convertirá en un espacio académico en

donde se ponga en práctica todos los conocimientos que están adquiriendo durante su preparación profesional y los docentes serán sus guías para trabajar en conjunto las ideas que se generen.

Los resultados de la investigación serán de importancia, porque permitirá el lanzamiento del área de fomento y promoción del OBCE, que fue diseñada en marzo del 2021 e iniciará su funcionamiento desde el año 2022 como ya se mencionó anteriormente. Este evento reflejará el cumplimiento del propósito principal que tiene esta investigación y se afirmará que la propuesta es viable, y qué logró solucionar una problemática detectada.

La ejecución de este proyecto a futuro se convertirá en una pauta para que nuevos comercializadores de la zona norte de Ecuador, se unan a ser parte del área de fomento y promoción del OBCE, con el propósito de expender sus productos o servicios en un mercado más amplio y se inicie con la internacionalización de sus negocios. También, será el modelo por seguir para el desarrollo de nuevas propuestas o proyectos que serán desarrollados por la academia, para mejorar esta área o implementar nuevas funcionalidades; y así se mantenga en constante innovación acorde a las necesidades de la comunidad que surjan con el tiempo.

#### **4 CONCLUSIONES**

El proceso investigativo ha dejado como principal resultado la pertinencia de un área de promoción y fomento de productos y servicios comercializables de la sierra norte ecuatoriana que toma la denominación de OBCE-PRO. Esta área permitirá generar un espacio de promoción a nivel nacional e internacional para los productos y servicios de la zona norte, que otros organismos no han logrado posicional ni promover para su comercialización.

Esta área es la denominada a fungir como la generadora de investigación para la determinación de nuevos productos y servicios que en futuro próximo pueden ser potencializados a través de procesos de incubación para la innovación.

Se levantaron y clasificaron 300 fichas que se encuentran ya subidas en la página web del Observatorio de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo, las cuales forman la primera base de productos y servicios a promocionar, de los cuales se tomará como referencia los principales para a través de un proceso de innovación generar un mayor impacto en el mercado.

La metodología aquí planteada puede ser replicable en otros proyectos que busquen la interacción de los usuarios con los procesos de investigación, academia y vinculación con la sociedad desde la virtualidad.

## BIBLIOGRAFÍA

Carrasco, D. (Marzo de 2021). Diseño de un área funcional para el fomento y primoción de las exportaciones del OCEIE. *Tesis de ingeniería en comercio exterior y finanzas*. Universidad de Otavalo, Otavalo. Obtenido de <http://repositorio.uotavalo.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/52000/318/UO-PG-COM-2021-09.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Caurin, J. (21 de febrero de 2018). *Emprende Pyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>

Escuela Europea de Excelencia. (27 de Agosto de 2019). *Escuela Europea de Excelencia*. Obtenido de <https://www.escolaeuropeaexcelencia.com/2019/08/clasificacion-de-la-informacion-segun-iso-27001/>

Folgueiras, P. (2016). *Repositorio Universidad de Barcelona*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

García, B., & Llorente, R. (s.f.). *Universidad de Valladolid*. Obtenido de [http://www.lpi.tel.uva.es/~nacho/docencia/EMC/trabajos\\_02\\_03/RADIOASTRONOMIA/web/Indice/Ins/1\\_Ins/Obs/6\\_1\\_2/His.htm](http://www.lpi.tel.uva.es/~nacho/docencia/EMC/trabajos_02_03/RADIOASTRONOMIA/web/Indice/Ins/1_Ins/Obs/6_1_2/His.htm)

González, J. F., Núñez, E. S., Torre, M. S., & Morocho, J. E. (2020). *Manual de procesos operativos del Observatorio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera*. Otavalo: Editorial Pendoneros. Obtenido de <https://www.uotavalo.edu.ec/manual-de-procesos-operativos-oceie/>

Instituto Nacional de Seguridad [INCIBE]. (26 de 02 de 2019). *Instituto Nacional de Seguridad*. Obtenido de <https://www.incibe.es/protege-tu-empresa/blog/primeros-pasos-clasificar-informacion-tu-organizacion>

Leyva, S., & Tabares, J. (2011). *Los observatorios como herramientas de gobierno en las políticas públicas*. Medellín, Colombia: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias humanas y económicas. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/263228360\\_Los\\_observatorios\\_como\\_herramientas\\_de\\_gobierno\\_en\\_las\\_politicas\\_publicas\\_descripcion\\_de\\_sus\\_origenes\\_dinamicas\\_y\\_problematicas](https://www.researchgate.net/publication/263228360_Los_observatorios_como_herramientas_de_gobierno_en_las_politicas_publicas_descripcion_de_sus_origenes_dinamicas_y_problematicas)

Mapa de Valores del Suelo en América Latina. (14 de noviembre de 2017). *Valores del Suelo en América Latina*. Obtenido de <https://valorsueloamericalatina.org/2017/11/14/la-importancia-de-los-observatorios/>

Martínez, B., Garrido, M., & Lugo, P. (2019 ). *Observando Observatorios. Un acercamiento a su conceptualización*. Puebla, México: BUAP ediciones.

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información. (2020). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-823-de-mipymes-en-el-ecuador-utilizan-internet/>

Morales, M. (06 de mayo de 2009). *slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/mmiutirla/levantamiento-de-informacin>

Núñez, S., Torre, S. D., & Valdospinos, A. (2021). Proceso de gestión administrativa: Caso observatorio de ciencias empresariales de la Universidad de Otavalo. *RES NONVERBA Revista Científica*, 87. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/554>

Observatorio de Ciencias Empresariales [OBCE]. (s.f.). *Observatorio de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo*. Obtenido de <https://obce.uotavalo.edu.ec/quienes-somos/>



Real Academia Española. (s.f.). *Observatorio*. En diccionario de la lengua española (edición de tricentenario). Obtenido de <https://dle.rae.es/observatorio>

Rodas, J., Chacón, A., & Vinuesa, M. (2014). Comercio electrónico: un enfoque desde las perspectivas de las MIPYMES en la generación de estrategias para potenciar el desarrollo económico y empresarial en la ciudad de Milagro. *Revista ECA Sinergi (Universidad Estatal de Milagro)*, 2.

Rodríguez, K., Ortiz, O., & Alicia Quiroz, M. P. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Revista Espacios*, 101. Obtenido de <https://revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p09.pdf>

Secretaria Nacional de Planificación de Ecuador. (2021). *Secretaria Nacional de Planificación de Ecuador*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>

Soler, M. (16 de marzo de 2019). *GradiWeb*. Obtenido de <https://www.gradiweb.com/que-es-un-sitio-web-y-su-importancia-en-mi-negocio/>

Universidad de Otavalo. (s.f.). *Universidad de Otavalo*. Obtenido de <https://www.uotavalo.edu.ec/historia/>

Vergara, N. (2012). *Marketing y comercialización internacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uotavalo/69228>

Yunga, A. (2014). Comercio online en Ecuador y propuesta de un plan de marketing digital para empresas especializadas en papelería de la ciudad de Guayaquil. (*Tesis de postgrado*). Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6153/1/UPS-GT000536.pdf>

## SOBRE OS ORGANIZADORES

**Jorge José Martins Rodrigues** é economista. Licenciado, mestre e doutor em Gestão (ISCTE-IUL). Mestre e pós doutorado em Sociologia – ramo sociologia económica das organizações (FCSH NOVA). Professor coordenador no ISCAL – *Lisbon Accounting and Business School* / Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal. Exerceu funções de direção em gestão (planeamento, marketing, comercial, finanças) no setor privado, público e cooperativo. É investigador integrado no Instituto Jurídico Portucalense. Ensina e publica nas áreas de empresa familiar e família empresária, estratégia e finanças empresariais, gestão global, governabilidade organizacional, marketing, planeamento e controlo de gestão, responsabilidade social e ética das organizações.

**Maria Amélia Marques**, Doutora em Sociologia Económica das Organizações (ISEG/ULisboa), Mestre em Sistemas sócio-organizacionais da atividade económica - Sociologia da Empresa (ISEG/ULisboa), Licenciada (FPCE/UCoimbra), Professora Coordenadora no Departamento de Comportamento Organizacional e Gestão de Recursos Humanos (DCOGRH) da Escola Superior de Ciências Empresariais, do Instituto Politécnico de Setúbal (ESCE/IPS), Portugal. Membro efetivo do CICE/IPS – Centro Interdisciplinar em Ciências Empresariais da ESCE/IPS. Membro e Chairman (desde 2019 da ISO-TC260 HRM Portugal. Tem várias publicações sobre a problemática da gestão de recursos humanos, a conciliação da vida pessoal, familiar e profissional, os novos modelos de organização do trabalho, as motivações e expectativas dos estudantes Erasmus e a configuração e dinâmica das empresas familiares. Pertence a vários grupos de trabalho nas suas áreas de interesses.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Accountability 227, 263, 264, 265, 266, 274, 275, 276  
Administrações públicas 289, 290, 294, 295, 299, 301, 303, 304, 306  
Análise discriminante 251, 252, 260  
Análise “Lata de lixo” 174  
Anteriores opiniões modificadas 263, 266, 267, 268, 274  
Aprendizaje Colaborativo 24  
Área de promoción y fomento 97, 107  
Ativos tangíveis 159, 167, 168, 301  
Auditoria 100, 106, 260, 263, 264, 265, 266, 267, 274, 275, 276, 287, 293

### B

Bioética 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51

### C

Calidad de Datos Abiertos 87, 88, 95  
Certificação 210, 211, 218, 221, 222, 223, 224, 274  
Clasificación 97, 103, 104, 106, 108, 280  
Comunidad Virtual de Aprendizaje 24, 26  
Conciliação entre a vida profissional 210, 211, 212, 226, 227  
Conocimientos financieros 32, 33, 35, 38, 39, 41  
Contabilidade pública 274, 289, 290, 292, 295, 298, 303, 304, 305, 306  
Continuidade 139, 252, 258, 260  
Cooperação 144, 145, 146, 155, 196, 204  
Criação de valor 144

### D

Desenvolvimento profissional 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14  
Direitos humanos das mulheres 237, 239, 240, 241, 242  
Discurso 4, 10, 12, 110, 184, 185, 186, 190, 191, 195  
Docente 1, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 12, 13, 15, 17, 19, 21, 51, 52, 54, 55, 57, 58, 60, 62, 63, 97, 184, 192, 247

## E

Educação 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 14, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 202, 208, 214, 216, 227, 238, 239, 243, 246, 247, 248, 249, 264

Educación 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 29, 32, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 41, 50, 51, 68, 84, 85, 95, 98, 99, 105, 110, 111, 281, 288

Educación financiera 32, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 41, 99

Educación Superior 15, 17, 19, 22, 25, 68, 105

Envelhecimento activo 229, 230, 231

Esmeraldas 32, 33, 34, 38, 39, 40

Estratégia 8, 11, 126, 146, 148, 164, 167, 170, 171, 186, 196, 197, 198, 199, 206, 208, 216, 301

Estrés 54, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85

Estudiante 15, 17, 19, 20, 52, 55, 56, 57, 58, 73

Evaluación formativa 52, 55, 56, 57, 59

Exámenes 67, 68, 70, 73, 75, 78, 82, 83

## F

Falência 251, 252, 253, 254, 255, 256, 260, 261, 262

Família consanguínea 126, 132, 133, 134

Familiar e pessoal 210, 211, 212, 214, 215, 227

Feminicídio 237, 238, 239, 246, 247, 248, 249

Formação contínua 1, 2, 7, 12, 13, 14

## G

Gens 126, 127, 134, 135, 136

Gobierno Abierto 87, 88, 95

## H

Herramienta de validación 87, 92, 94

## I

Identity 110, 112, 113, 119, 120, 122, 123

Ingeniería de Software 52, 54, 57

Instituições de Ensino Superior 196, 197, 200, 209

Investigação interpretativa 174, 177, 178, 179

Investigación 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 34, 38, 39, 40, 41, 55, 65, 77, 84, 92, 95, 98, 99, 100, 104, 105, 106, 107, 184, 189, 191, 192

Islamic education 110, 112, 113, 114, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124

## J

Jornadas Pedagógicas 1, 2, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

Jóvenes bachilleres 32, 35, 36, 38, 39

## L

Lei Maria da Penha 237, 239, 244, 247, 248, 249

## M

Marketing 109, 143, 158, 174, 196, 197, 201, 204, 207

Mercado bursátil 277, 279, 281, 282, 283, 286, 287

Mercado de capitales 277, 279, 280, 281, 284, 285, 287, 288

Mercados financieros 277, 278, 279, 280, 287, 288

Micro e pequenas empresas 144, 155

Mindfulness 67, 68, 71, 72, 83, 84, 85

Monogâmica 126, 132, 136, 137

Moral 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 115, 116, 281

Municípios 231, 232, 233, 234, 236, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 273, 274, 275, 276

## O

Observatorio de Ciencias Empresariales 97, 99, 100, 103, 104, 105, 106, 107, 108

Organizações familiarmente responsáveis 210, 213, 222

Orientação para o mercado 174

Ortografía en datos abiertos 87

## P

Políticas públicas 26, 40, 108, 179, 237, 239, 243

Previsão 46, 245, 251, 252, 255, 256, 259, 261, 262

Psicología del trabajo 184, 185

Punaluana 126, 127, 132, 133, 134, 135

## R

RBV Theory 159, 160

Recursos estratégicos 148, 159

Redes de negócio 144  
Reforma 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 195, 289, 290, 302, 304, 305  
Reforma laboral 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190  
Reforms 110, 111, 112, 113, 116, 117, 119, 120, 121, 122, 123, 185  
Regiões de baixa densidade 229  
Relato de sustentabilidade responsabilidade social corporativa 210  
Rendimiento académico 67, 84  
Responsabilidade social 4, 44, 196, 197, 198, 200, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 215, 216, 217, 218, 220, 221, 222, 224, 225, 226  
Rúbricas 52, 56, 57, 62, 65, 66, 257

## S

Scoring 251, 252, 259, 260, 262  
Setor Público 174, 180, 264, 265, 266, 267, 273, 275, 289, 291, 292, 293, 294, 295, 301, 304, 305  
Sindiásmica 126, 127, 132, 135, 136, 137  
Sistema de evaluación 52  
SNC-AP 289, 290, 294, 295, 296, 301, 302, 303, 304, 305

## T

Teoria institucional 174, 178, 183  
Textbooks 28, 110, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 122, 123  
Trabajadores 184, 185, 186, 190, 191, 192, 193, 194, 195

## U

Universidade Sénior 229, 231, 235

## V

Values 42, 43, 110, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 120, 121, 122, 123, 192  
Vantagens competitivas 145, 147, 148, 149, 155, 159, 165, 166, 167, 170  
Violências de gênero 237, 242