

FEN OPINA



Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior
Politécnica del Litoral

FENOpina

La opinión docente de la Facultad de Economía y
Negocios, presente en la comunidad.

Coordinada por:



Centro de Investigaciones
Económicas de la ESPOL

II Término 2011-2012

QUINTA EDICIÓN

Febrero 22 de 2012
Guayaquil - Ecuador

En esta edición:

1. El reciclaje de neumáticos usados como una oportunidad de inversión. (pág. 2)
Leili Lopezdomínguez Rivas, M.Sc.
2. La eliminación de los costos de las tarjetas de afiliación en los supermercados, ¿tuvo algún impacto económico? (pág. 4)
Freddy Camacho Villagómez, MAE.
3. Precios de transferencia y su incidencia en el Ecuador. (pág. 6)
César Tenorio Navarro, M.Sc.
4. ¡Cuidar los mercados... y más! (pág. 8)
Rosemarie Rosero Cremieux, M.Sc.
5. ¿Son malos los TLC para Ecuador? (pág. 12)
Carlos Pazmiño Guzmán, M.Sc.
6. Evaluación de la calidad universitaria (pág. 14)
Katia Rodríguez Morales, M.Sc.
7. ¿Por qué estudiar matemática? Un enfoque a la administración y economía (pág. 16)
Moisés Villena Muñoz, M.Sc.
8. Dejando Huellas. (pág. 18)
Glenda Villamar Díaz, MAE.
9. Créanlo o no, las finanzas son parte de la vida diaria (pág. 20)
Ma. Elena Romero Montoya, M.Sc.
10. El nuevo paradigma de las matemáticas. (pág. 22)
Patricia Valdiviezo Valenzuela, M.Sc.
11. ¿Es el profesional del marketing un verdadero ingeniero? (pág. 24)
Bolívar Pástor López, MAE.
12. Los efectos del salario mínimo en el trabajo de Pepe (pág. 26)
Francisco Briones Rugel

Presentación

FENOpina: La opinión docente de la Facultad de Economía y Negocios, presente en la comunidad.

En esta ocasión la Facultad de Economía y Negocios de la ESPOL comparte nuevas propuestas y comentarios de sus docentes, sobre diversos temas, a través de su revista digital FENOpina.

La presente publicación presenta cuatro secciones: ecología, economía, educación y varios.

Leili Lopezdomínguez comparte una opción que generaría eficiencia en el uso de recursos y, a la vez, podría reducir el nivel de contaminación ambiental en ***El reciclaje de neumáticos usados como una oportunidad de inversión.***

A continuación Freddy Camacho, César Tenorio, Rosemarie Rosero y Carlos Pazmiño, presentan análisis económicos de temas actuales en el país. ***La eliminación de los costos de las tarjetas de afiliación en los supermercados ¿tuvo algún impacto económico?, Precios de transferencia y su incidencia en el Ecuador, ¡Cuidar los mercados... y más! y Son malos los TLC's para Ecuador?***, son los artículos de esta sección.

Posteriormente, Katia Rodríguez comparte su perspectiva sobre la ***Evaluación de la calidad universitaria*** como base para la formación de profesionales de excelencia en el país. Entretanto, con ***Dejando Huellas***, Glenda Villamar invita a la cooperación entre alumnos y docentes para lograrlo.

A continuación, Moisés Villena y Patricia Valdiviezo con ***¿Por qué estudiar matemáticas? Un enfoque a la administración y economía y El nuevo paradigma de las matemáticas***, señalan varias razones para la aversión a esta asignatura, y presentan las estrategias de enseñanza-aprendizaje motivadoras como una alternativa para combatirla. ***Créanlo o no, las finanzas son parte de la vida diaria*** es una reflexión que comparte Ma. Elena Romero sobre la importancia de esta área del conocimiento, tanto en el ámbito personal como en el profesional. Bolívar Pástor con su artículo ***¿Es el profesional del marketing un verdadero ingeniero?*** invita replantear los conceptos y estereotipos concebidos sobre los profesionales de este campo.

Finalmente, en esta edición contamos con la colaboración de Francisco Briones, graduado de la FEN, con el tema ***Los efectos del salario mínimo en el trabajo de Pepe.***

El reciclaje de neumáticos usados como una oportunidad de inversión

Por Leili Lopezdomínguez Rivas, M.Sc.
glopezdo@espol.edu.ec

Uno de los problemas latentes en todas las ciudades del mundo, es la contaminación generada por el abandono de neumáticos usados que no reciben un tratamiento especial. Estos se encuentran al aire libre en rellenos sanitarios o en sectores populares de la ciudad, generando focos de contaminación y proliferación de enfermedades tropicales. Además, actualmente su mayor uso se da en los hornos de las cementeras del país, añadiendo un aporte importante a la contaminación.

Una manera de contribuir a la solución de este problema, es retirándolos de dichos lugares bajo un sistema integral de acopio, tratamiento y reciclaje.

Bajo este escenario se pueden desarrollar varias oportunidades de inversión, ya que a partir del reciclaje del caucho obtenido de los neumáticos usados, se genera materia prima para la fabricación de nuevos productos como pisos de caucho, alfombras, polvo asfáltico para pavimentación de carreteras, pistas deportivas, partes automotrices, bloques, reductores de velocidad para el tránsito vehicular, parques infantiles, canchas sintéticas y demás productos que hacen del caucho su principal componente. Adicionalmente, el acero y las cuerdas de nylon separados del caucho se pueden vender a empresas fundidoras.

De esta manera, la diversidad de aplicaciones de este material es muy amplia. Así también, se estima que la cartera de clientes crecería tanto a nivel nacional como internacional. En América Latina, este tipo de empresas aun no se ha proliferado en la dimensión que se observa en países como España, donde el reciclaje de neumáticos usados es atractivo no solo como una solución medioambiental sino también desde el punto de vista económico.

Adicionalmente, cuando los fabricantes de productos finales adquirieren materia prima reciclada, reducen sus costos en comparación con el correspondiente al uso de materiales vírgenes, lo que les resulta conveniente. Conjuntamente, esto podría

generar un valor agregado a sus productos terminados, al otorgar un sello verde como certificación de provenir de una producción amigable con el medio ambiente.

Con el objetivo de estudiar la situación competitiva de un proyecto de este tipo, se pueden analizar todos los factores internos y externos a partir de la siguiente matriz FODA:

FORTALEZAS

- Existe una amplia gama de productos de gran demanda elaborados a base de caucho y sus fabricantes representan una cartera de clientes potenciales.
- Al momento existe un costo cero debido a que los neumáticos usados, que son el recurso principal de trabajo, son considerados desechos.
- Este tipo de proyectos generan micro empleos enfocados a los sectores menos favorecidos.

OPORTUNIDADES

- Poca o inexistente competencia en este ámbito del reciclaje.
- Existe apoyo del gobierno a través de planes estatales que ofrecen financiamiento para este tipo de proyectos sustentables.

DEBILIDADES

- Falta de políticas locales para el tratamiento de los neumáticos fuera de uso.
- No existen estudios con cifras reales de la cantidad de desechos de este tipo en nuestro país.
- Oferta inexistente en el mercado local de maquinarias propicias para la implementación del proyecto.

AMENAZAS

- Rechazo de la comunidad debido a la escasa cultura ambiental sobre el reciclaje.
- Puede existir lentitud en el crecimiento de la demanda de la materia prima lo que provocaría pérdidas y un lento retorno de la inversión.
- Escasez de neumáticos usados debido a la instauración de barreras que resulten por nuevas leyes que frenen la importación de neumáticos nuevos.

Por ello, se vuelve necesario instalar una planta recicladora de neumáticos que pueda beneficiar no solamente económicamente al país sino también que brinde un aporte social, eliminando, en algún grado, la contaminación por este tipo de desecho y generando nuevos empleos. Cualquier empresa que desarrolle un proyecto de esta naturaleza representará un centro de responsabilidad social beneficiando a toda la comunidad.

La eliminación de los costos de las tarjetas de afiliación en los supermercados, ¿tuvo algún impacto económico?

Por Freddy Camacho Villagómez, MAE.
fcamach@espol.edu.ec

Ante un suceso reciente, la aprobación de la Ley Antimonopolios en el mercado ecuatoriano por primera vez. El Artículo 9 número 16 de dicha Ley establece como abuso de poder de mercado a (...) “los descuentos condicionados, tales como aquellos conferidos a través de la venta de tarjetas de afiliación, fidelización u otro tipo de condicionamiento, que implique cualquier pago para acceder a los mencionados descuentos”. El Gobierno y sus ministros justifican que dichas medidas económicas buscan lograr un mercado eficiente y eficaz ante la regulación del poder de mercado, que permitan obtener los mayores beneficios para los consumidores.

Actualmente, el sector ecuatoriano de supermercados se encuentra formado por pocas empresas que ofrecen una gran variedad de productos con diferentes características, pues se trata de un mercado altamente concentrado que, deducimos, que se trata de un oligopolio (mercado en el que unas pocas empresas llevan a cabo la producción de un bien o servicio) con altas estructuras de costos.

Por lo que, además de que este tipo de mercados tienen un mark up (margen de beneficio) significativo, distorsionan aun más el mercado a través de la venta de tarjetas de afiliación a los clientes, que les proporcionan descuentos en la compra de sus productos.

Con estos datos podemos definir que el segmento de mercado al cual está dirigido este sector es parte de la clase media y media alta, cuyos ingresos mensuales son un factor determinante en este negocio. Esta conclusión dio lugar a un análisis en el que se tomó la base de datos de la Encuesta Nacional de Empleo y Subempleo (ENEMDU - INEC), la misma que se realizó, de manera probabilística de Estratos y Conglomerados sobre sueldos y salarios de 2011, a nivel nacional, usando una

muestra de 30.900 personas. El resultado de este análisis estadístico fue que el 75 % de los trabajadores en Ecuador tienen un sueldo mensual de USD 382.

Se debe recalcar que se considera un supuesto importante sobre la existencia de mercados con productos sustitutos, por lo que se estima que, del 100 % de estos consumidores, un 80 % realiza sus compras en los supermercados analizados. Los estudios realizados arrojaron como resultado un total de 6178.4 observaciones.

Por lo tanto se puede considerar que en países como Ecuador, un 42,3% del sueldo mensual de, al menos, el 80% de personas que compran en los supermercados, se destina al consumo de alimentos. De acuerdo a lo examinado, se constata que mientras más bajos son los sueldos, existe una mayor proporción del sueldo que se destina al consumo de alimentos, lo cual es proporcional y, como resultado final, tenemos que el valor a ser destinado al consumo de alimentos es de es USD 161.58 por persona*.

Pero a partir de la puesta en práctica de la citada Ley Antimonopolio, las grandes cadenas comerciales que se encuentran involucradas, El Rosado (Mi Comisarito), La Favorita (Supermaxi) se han visto obligadas a entregar, gratuitamente, la tarjeta de afiliación. Así se permite que todos los consumidores tengan acceso a los productos, al mismo precio, sin ningún tipo de discriminación. Antes de esta ley, la afiliación a la tarjeta permitía obtener un descuento de un 10 % en todos los productos.

Entonces, los USD 161.58 mencionados anteriormente, considerando el 10 % de descuento por obtener la tarjeta, da como resultado un ahorro de USD 16.15 por persona. Interpolando, sobre todos los consumidores del segmento de mercado estudiado el beneficio del consumidor total cedido por el productor es USD 99.774.70 de la muestra realizada.

Con este resultado se concluye que existen mayores beneficios para los consumidores y, por otro lado, las empresas se han visto obligadas a buscar otros tipos de estrategias e incentivos que permitan fidelizar a los clientes sin distorsionar el mercado. Cabe mencionar que este tipo de mercado va a ser regulado por la Superintendencia de Control de Poder de Mercado, quien definirá las sanciones que impliquen el no cumplimiento de la Ley.

* Fuente OECD , Bureau of labor Statitics , BID , USD , CEPAL , FAO , INEC , BCP, BCB, BCE

Precios de transferencia y su incidencia en el Ecuador

Por César Tenorio Navarro, M.Sc.
ctenorio@espol.edu.ec

Antes de sumergirnos en el contexto de este artículo, es necesario resolver una inquietud de muchos lectores, que no se encuentran familiarizados con este tema:

¿Qué son los precios de transferencia?

De manera general, y sin formalidades económicas o legales, el precio de transferencia es el precio de los bienes transferidos o de los servicios pactados por parte de dos empresas que pertenecen a un mismo grupo económico o a una misma persona.

A nivel internacional existen directrices que regulan las condiciones económicas pactadas entre empresas, que encajan dentro del concepto anterior, y que, en adelante, llamaremos empresas relacionadas. El cuestionamiento del por qué regular las condiciones pactadas entre estas lo podemos entender a través de conceptos básicos de economía, al evaluar el siguiente ejemplo:

En una negociación entre partes independientes también denominados terceros o empresas no relacionadas, normalmente las fuerzas de mercado (oferta y demanda) son las que determinan las condiciones, tanto de sus relaciones comerciales, como de las financieras. Sin embargo, puede llegar a existir un cuestionamiento (el cual se puede interpretar como una presunción) de que en las negociaciones llevadas a cabo por partes relacionadas las fuerzas de mercado no tengan una afectación directa en las relaciones comerciales y financieras bajo las mismas condiciones que las llevadas a cabo entre partes independientes. En palabras sencillas, podría darse el caso de que una de ellas (empresas relacionadas) le pueda vender más caro o más barato a la otra, sin que tengan mucho que ver las condiciones de mercado.

Es así, que bajo condiciones en las cuales los precios de transferencia no respondan o se alineen a las del mercado, podrían llegar a existir afectaciones tributarias.

Ecuador es un país que, en la última década, ha sido explorado como un mercado

potencial y de altas expectativas para la inversión por parte de grandes grupos corporativos (multinacionales), por lo que existen, en la actualidad, grandes empresas que operan en el marco económico.

Es así que, a partir del año 2005, Ecuador incluyó dentro de sus leyes tributarias, la adopción de las normas internacionales de precios de transferencia, las mismas que rigen sobre las directrices internacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que definen un marco metodológico para determinar si los precios o márgenes de rentabilidad obtenidos en transacciones controladas (entre empresas relacionadas) se ajustan a las condiciones normales de mercado; es así, que la base de este marco metodológico es denominado “principio de plena competencia o concurrencia” conocido internacionalmente como *arm’s length*.

Desde su aplicación en el Ecuador, hasta la actualidad la Normativa de Precios de Transferencia ha tenido cambios importantes no solo en el marco regulatorio por parte de la Administración Tributaria (SRI), sino desde la apreciación de las empresas al pasar de ver el tema de precios de transferencia como una norma sólo de cumplimiento, a establecer políticas y análisis especializados en el momento de definir las condiciones comerciales de las transacciones inter-compañía, e incluso como una herramienta de planificación y control preventivo ante regulaciones fiscales.

No cabe duda que precios de transferencia se ha convertido en un tema relevante para las empresas, ya que es uno de los aspectos que rige el nivel de planificación de sus operaciones del día a día. En el Ecuador la incidencia del control de esta norma evoluciona de forma proactiva (tanto por parte del SRI como de las empresas), existiendo actualmente los primeros casos de determinación en materia impositiva de precios de transferencia que se discuten y se evalúan sobre bases económicas, lo cual ha generado también un cambio importante en las bases de los procesos de determinación tributaria.

¡Cuidar los mercados... y más!

Por Rosemarie Rosero Cremieux, M.Sc.
rgrosero@espol.edu.ec

Uno de los aspectos importantes en la economía de un país es cuidar su balanza comercial, es decir importar menos y vender más. Aquí es entonces donde los mercados se posicionan los productos tengan un valor relevante para el sostenimiento del comercio bilateral o multilateral. El sostenimiento de los mercados se vuelve trascendental, tanto más cuanto estos están comprobados estadísticamente que influyen en la economía nacional; podemos también decir con igual convicción que el generar nuevos mercados es tan importante como el sostener los mercados habituales.

Estos básicos conceptos, juntos, se convierten en primordiales en la búsqueda de resultados positivos a la balanza comercial; ejemplarizando lo expresado, podemos con categoría decir que un mercado como el de la Comunidad Europea, es importante para nuestros productos de exportación. Igual podríamos decir de otros mercados regionales y mundiales, como Norteamérica, Centroamérica y Sudamérica, que tienen su trascendencia dependiendo de los productos solicitados para satisfacer a su población.

El mercado de la Comunidad Europea no es despreciable, tanto más si la población da preferencia a uno u otro producto ya sea por cultura, hábitos alimenticios, etc. Si hablamos de 250 millones de habitantes, este es un mercado fuerte y a sostener, tanto más por sus preferencias a los productos del mar. Los otros mercados referidos son importantes pero tiene su diferencia por los hábitos de su población en los procesos alimenticios.

Centrémonos entonces en el mercado de la Comunidad Europea, tomando como ejemplo para un análisis de mercados particularmente el negocio del atún, que es uno de los productos que tiene mucha relevancia en nuestro país. Ecuador ha desarrollado una industria atunera muy fuerte e importante en el contexto mundial, es uno de los países que ha alcanzado su sitial en la extracción y procesamiento del mismo en el Océano Pacífico Oriental. Esta industria es moderna y con tecnología de

punta, que cuida de antemano las exigencias de calidad, ambiental y de sostenibilidad de la pesca.

Esta industria tiene su posición dentro de la economía del país, por los resultados económicos favorables en la balanza comercial, es también importante porque en el campo social genera más de 10.000 puestos de trabajo y lo que es más, genera en forma indirecta comercio para más de 50.000 personas. Una industria como ésta no puede desfallecer, hay que sostenerla.

Si la industria desarrollada internamente tiene su trascendencia, debemos cuidar sus mercados, ya sean antiguos o nuevos, ellos son los que sostienen los resultados económicos de nuestro país. La Comunidad Europea, como otros mercados deben cuidarse, y se lo hace buscando las mejores condiciones para posicionar los productos; el atún en dicho mercado no paga aranceles y esto favorece la competitividad. A esto, debe sumarse a la cadena de valor del producto la calidad, condición de suma importancia y que se maneja con mucho cuidado dentro del país; de aquí salen los resultados hasta hoy alcanzados, es por esto que hay que cuidar lo que hoy tenemos, la industria, el empleo, los beneficios sociales, los mercados son esenciales.

Nos podemos preguntar... si hoy en día se cierran los mercados, ¿a dónde exportamos? Los nuevos mercados son útiles pero demoran en posicionarse; el mercado de la Comunidad Europea no grava aranceles, el de Norteamérica si lo hace a ciertas presentaciones en la línea del atún; a pesar de que todos los mercados son importantes, el mercado europeo te brinda más facilidades para poder poner el producto en las perchas, son mercados más competitivos pero no dejan de ser rentables.

Indudablemente el tema de los mercados es un rompecabezas y a la vez un dolor de cabeza para los inversionistas y el Estado; juntos deben caminar para trazar los mejores caminos que culminen en satisfacer los fines económicos del estado, que son los del pueblo ecuatoriano.

La siguiente tabla demuestra el porcentaje de atún en conserva exportado a los diferentes mercados durante los meses de marzo a mayo de 2007, cabe recalcar se exportaron un total de 38.084.544 kilos brutos de atún.

MERCADO	PORCENTAJE
COMUNIDAD EUROPEA	59%
NORTEAMÉRICA	16%
SUDAMÉRICA	20%
CENTROAMÉRICA	4%
ÁFRICA	1%

Fuente: Revista Redes del Mar (Sept. 2007)

Analicemos lo sucedido en los meses de enero a septiembre de 2011, donde se exportaron un total de 144.972.950 kilos brutos de atún en conserva

MERCADO	PORCENTAJE
COMUNIDAD EUROPEA	49%
NORTEAMÉRICA	14%
SUDAMÉRICA	36%
CENTROAMÉRICA	1%
ÁFRICA	0%

Fuente: Revista Redes del Mar (Dic. 2011)

Las cifras son elocuentes para la calificación de los mercados en importancia y en consecuencia en el cuidado de los mismos.

El Diario El Universo, en su edición del 25 de enero del 2012, señala: “La CE decidió paralizar las conversaciones que mantenía con Ecuador para llegar a un acuerdo de Asociación, según el Comité Empresarial Ecuatoriano”. Noticias como estas, sean reales o no, tienen un efecto psicológico inicial en quienes se manejan dentro de esta área comercial; es de entenderse que el Estado es inteligente, y así lo ha demostrado, manejará bajo las mejores condiciones esta relación deseada, en los términos más beneficiosos a sus intereses. No es necesario centrarnos en este mercado, lo hará con este y con otros nuevos. El Estado cuidará los mercados.

Los mercados día a día van creando nuevas exigencias en la elaboración de productos, exigencias que generan nuevas inversiones tecnológicas y de calidad, no se deben dejar de nombrar las exigencias sanitarias, calidad misma, ambientales, sostenibilidad de la materia prima y de responsabilidad social. Las industrias y el Estado deben medir sus alcances y consecuencias en el ámbito productivo.

El Ecuador es un país con una gran capacidad de pesca extractiva e industrial, la materia prima está limitada a su captura en alta mar en muchos de los casos, lejos de su litoral, la política ambiental cada vez es más fuerte y la sostenibilidad de recursos es de mayor cuidado. El Ecuador ha aceptado estos retos y está enfrentando estas exigencias, muestra de ello son las regulaciones para la pesca, las normas del buen vivir del Estado, los acuerdos internacionales aceptados, etc.

Es importante entonces ligar fundamentalmente los mercados que dan como consecuencia mayores beneficios sociales, hay que cuidar los empleos, hay que promover la innovación de productos, hay que cuidar el cumplimiento de regulaciones laborales, entre otros.

El Estado debe acceder a nuevos mercados, para ello la iniciativa gubernamental es importante, la firma de acuerdos con países que demandan nuestros productos son en consecuencia una necesidad, y más allá de aquello es proteger su industria para hacerla más competitiva.

El diálogo del sector público y privado debe permitir acelerar el andar para asegurar mercados que son de igual forma cambiantes en el tiempo en sus exigencias. Si este es el camino a seguir con seguridad llegaremos a mejores días con mayor producción y mayores beneficios en la calidad de vida de los trabajadores.

¿Son malos los TLC para el Ecuador?

Por Carlos Pazmiño Guzmán, M.Sc.
cpazmino@espol.edu.ec

Desde el principio de la historia, los pueblos han buscado ampliar sus mercados para negociar y obtener mayor bienestar. Hoy no es diferente. Los Tratados de Libre Comercio (TLC) no son más que convenios comerciales en que las partes tratan de obtener beneficios mutuos. Por lo tanto, puedo afirmar que: Los TLC son buenos, necesarios en un mundo globalizado, y de mucho beneficio para países en desarrollo como Ecuador.

Sin embargo para firmar un TLC hay que saber negociar, para lo cual quienes lo hagan, deben ser profesionales con suficiente experiencia y un punto de vista técnico. Negociar no significa aceptar las condiciones del otro, tampoco imponerlas, sino llegar a acuerdos mutuos que beneficien a ambas partes.

Desafortunadamente se ha difundido la idea de que los tratados son perjudiciales y que afectan a la soberanía del país. Y se ha sembrado el temor entre los pequeños agricultores o pequeños empresarios, que piensan no van a poder competir con una invasión de productos importados. Sin embargo, no se les ha dicho lo que pueden ganar con la posibilidad de introducir sus productos en mercados más grandes. Recuerdo cuando, hace algunos años, se llevó a cabo en Guayaquil una reunión de mesas de trabajo para la negociación de un TLC, conjuntamente con Perú y Colombia, y cómo algunos grupos políticos trataron de impedir dicha reunión, cerrando calles y obstaculizando el tráfico.

¿Están desquiciados los gobernantes de otros países, que han firmado múltiples acuerdos comerciales? Miremos el caso de México, aun con las críticas que se hacen a sus relaciones comerciales con Estados Unidos, ha obtenido grandes beneficios y sabemos de la cantidad de camiones mexicanos que entran al territorio estadounidense con gran cantidad de mercadería y productos agrícolas que se venden en los grandes almacenes y supermercados de ese país.

El Congreso de Estados Unidos, recientemente acaba de aprobar su tratado comercial con Colombia y ya es conocido para todos la gran inversión extranjera en Colombia. Igualmente Perú, con una inversión de varios miles de millones de dólares, se beneficia vendiendo su mercadería en los almacenes estadounidenses. Cifras recientes confirman que el norte del Perú está creciendo a un ritmo del 14% al convertir tierras áridas en productivas, en las que se cosechan productos que, tradicionalmente, han sido producidos en el Ecuador. Lo que podemos prever es que, en un futuro cercano, ellos podrán competir con nosotros en condiciones de ventaja al no tener que pagar aranceles, al haber firmado tratados comerciales con esos grandes mercados.

Hacen poquísimos días Perú acaba de firmar otro TLC con México. De Chile ni que hablar con más de cien tratados comerciales que han contribuido a que ese país sea uno de los más desarrollados de Latinoamérica.

Para nuestro país las ventajas de tener tratados comerciales con Europa, Estados Unidos o Asia son de vital importancia. Nuestros exportadores no tendrían que vivir en zozobra cada vez que se acerca la fecha en que expiran las preferencias arancelarias. Con tratados comerciales todos tendrían más seguridad y confianza para incrementar y atraer más inversión nacional o foránea. La meta es tener cero aranceles para nuestros productos. Mayor inversión significa más puestos de trabajo y menos delincuencia.

Finalmente, los tratados deben ser manejados sin influencias políticas de ninguna tendencia, con negociadores probados y con experiencia. Esto no tiene nada que ver con perder la soberanía de un país, si fuera así no lo habrían firmado nuestros vecinos. Se necesita informar de las ventajas de un tratado bien negociado a aquellos que temen que un tratado comercial los perjudicaría.

El Ecuador es un país bendecido por Dios y la naturaleza, y tiene ventajas competitivas naturales y propias de nuestra gente, que le permiten competir con un sinnúmero de productos. Es necesario un marco jurídico estable que establezca reglas claras y estables. Parte de las decisiones está en manos de nuestras autoridades, y si ellas no están convencidas de las ventajas que traerían los TLC, nuestro país tendrá que seguir esperando por nuevas oportunidades en el futuro.

Evaluación de la calidad universitaria

Por Katia Rodríguez Morales M.Sc.
krodrig@espol.edu.ec

En días pasados, supe que se iniciaba el proceso de selección de los evaluadores que realizaría el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior (CEAACES) para conformar el grupo de colaboradores que realizaría el proceso de “Evaluación de Calidad” del grupo E de universidades en el Ecuador.

Esta Evaluación de la Calidad surgió como resultado del Mandato No. 14 expedido por la Asamblea Nacional Constituyente en el año 2008. Este estableció que el Consejo de Evaluación y Acreditación (CONEA) elabore un informe técnico referente al desempeño institucional de los 71 establecimientos de Educación Superior. La evaluación realizada permitió que las instituciones fueran clasificadas en grupos de la A hasta la E (A, os de más acreditaciones, E los de menos acreditaciones) .

En los grupos A y B, se registraron 20 universidades, aquellas que sin ser excelentes, se preocupan por cumplir con una función social y son un referente de educación superior dentro del país.

El grupo C tiene 13 universidades, cuenta con aquellas instituciones que se encuentra ligeramente por encima del promedio global de desempeño de las Instituciones de Educación Superior, y que aún deben poner atención a muchos indicadores y parámetros, para mejorar sus limitaciones y deficiencias.

El grupo D tiene nueve universidades, aquellas que requieren un importante trabajo para fortalecerse institucionalmente.

En el grupo E se encuentran, en su mayoría, universidades creadas en los últimos años y que no presentan condiciones exigidas para el funcionamiento de una institución universitaria. Dentro de este grupo se encuentran 26 universidades. Entre las características más comunes identificadas en este grupo de instituciones es que han concentrado su oferta académica principalmente en carreras como Administración,

Contabilidad y Auditoría, Gestión Empresarial, Mercadotécnica, Gestión Turística, Relaciones Públicas, entre otras; cuyas exigencias y facilidades requieren de poca inversión en laboratorios, bibliotecas y facilidades pedagógicas. Estas universidades no se han dedicado a la investigación, no hay una conexión con el entorno social ni han considerado dar respuesta a la realidad local de donde están funcionando.

Dentro de este grupo se ha encontrado una marcada orientación comercial, sin priorizar la calidad de la oferta, la del equipamiento, producir debates que representen un aporte a la sociedad o apoyo en temas de tipo social.

La Evaluación de Calidad a las instituciones de educación superior, es de vital importancia no solo para las universidades del grupo E, sino para todo el sistema, tal como se establece en la Constitución que en el plazo de cinco años a partir de su entrada en vigencia, todas las instituciones de educación superior, así como sus carreras, programas y posgrados deberán ser evaluados y acreditados conforme a la Ley. Los resultados que se obtengan, servirán para reformar y mejorar el programa de estudios, carrera o institución. Los resultados de este proceso, harán que aquellas que no logren aprobar la evaluación y acreditación queden fuera del Sistema de Educación Superior.

Siento una gran felicidad y compromiso por haber aprobado satisfactoriamente el proceso de selección realizado por el CEAACES, y haber sido nombrada Coordinadora de un grupo de evaluación de las universidades del grupo E. Tengo mucho interés por colaborar con un gobierno preocupado de retomar la política pública de educación superior.

Creo firmemente en que este proceso permitirá depurar a las instituciones de educación superior en el Ecuador, exigiendo así una buena preparación académica para asegurar la formación de profesionales de excelencia y una competencia más justa con aquellas instituciones que cumplen lo establecido. Esto permitirá disminuir las desigualdades en logros profesionales y dará la oportunidad a la población de contar con ofertas de educación superior que les sirva para desempeñarse en el mundo laboral local. Por lo cual la Evaluación de la Calidad debe convertirse en un proceso permanente y que requiere de un seguimiento frecuente.

¡Cuenten conmigo para cumplir con esta función!

Dejando huellas

Por Glenda Villamar Díaz, MAE.
evillama@espol.edu.ec

Desde muy pequeña recuerdo a mis profesores, cada uno tenía diferentes formas de dar las clases, uno más paciente que otro, pensaba que todo lo sabían y podían dar solución a todo lo que se les presentara en sus vidas, que eran perfectos porque siempre estaban dispuestos a ayudar cuando los necesitaran y no se preocupaban por el tiempo que fueron contratados, lo importante era compartir conocimientos, experiencias, y sabían escuchar a sus estudiantes apoyándolos para que desarrollen sus ideas, dándoles la pauta de cómo ejecutarlas.

En aquellas épocas, a los profesores se les veía el entusiasmo, la alegría por los logros conseguidos por sus alumnos; de igual forma se les veía en su rostro la tristeza cuando sucedía algo inesperado que afectara a alguien.

Actualmente, pienso que los docentes a través de los años que están ejerciendo esta ardua carrera en la enseñanza, ya sea en los niños o en los jóvenes, deben recordar de igual forma a sus profesores y poner en práctica con sus alumnos no sólo ser profesor sino ser un amigo y darse tiempo a escuchar sus ideas, apoyándoles para que las desarrollen.

Se debe crear el interés a los nuevos profesionales para que ejerzan la docencia, ya que un país educado tiene la posibilidad de tener éxito para una transformación importante.

Estas enseñanzas deben trascender por siglos a través de las generaciones, marcando en sus alumnos el espíritu de luchar por sus objetivos, vivir la vida a lo máximo y que nunca dejen de perder interés de educarse para que perdure por siempre, y se conviertan en buenos profesionales para la sociedad.

De hecho, los jóvenes que llegan a tener una buena relación con sus profesores no sólo aprenden con más facilidad, sino que se sienten más cómodos a la hora de hacer preguntas en clase y pedir ayuda. Esto les facilita la comprensión e interés de los contenidos de las distintas asignaturas y les permite obtener mejores resultados en los exámenes y en su vida profesional. Esta relación de confianza entre profesor

y alumno se puede convertir en un momento determinado de que los alumnos acudan a sus maestros cuando tienen problemas, se trate de problemas estrictamente académicos o de otras cuestiones relacionadas con el centro de enseñanza.

El objetivo de un docente debería ser lograr la confianza y el entendimiento de los alumnos ya que son una especie de esponja capaz de absorber multitud de información nueva e interesante que puedan reflexionar sobre toda esa información, lo más probable es que despierte el interés para receptar el conocimiento.

No olvidemos que los docentes también son personas y disfrutan cuando sus alumnos están abiertos y son receptivos a sus aprendizajes y que llegan de diferentes formas a tener éxitos en su vida profesional y personal.

Algunos docentes dejamos tantas huellas en los alumnos que estos nunca nos olvidan, ya sea por recuerdos positivos o negativos, que deben trascender en nuestras vidas para mejorar día a día como individuo y profesional y así sentirnos orgullosos de contribuir con la sociedad, en una convivencia pacífica y equitativa.

¿Por qué estudiar matemáticas? Un enfoque a la administración y economía

Por Moisés Villena Muñoz
mvillena@espol.edu.ec

Los estudiantes siempre se preguntan ¿por qué se debe estudiar Matemáticas?, ¿de qué les van a servir en su carrera?, ¿cómo van a emplearlas en su futuro académico? Estas interrogantes podrían ser no tan sencillas de responder, ya que es muy complicado visualizar a una persona en situaciones futuras y, más aún, si se trata de un joven que está lleno de ansiedad cuya causa es, precisamente, el deseo de esclarecer estas interrogantes de inmediato.

Resulta abstracto tratar de obtener conclusiones del futuro, sobre todo si se trata del futuro académico y de contenidos matemáticos. El estudiante no tiene clara la situación, debido a que, hasta el momento no ha hecho otra cosa que estudiar Matemáticas porque así se lo ha exigido el currículo, no por decisión propia ni por vocación. Estudiar Matemáticas no es una tarea placentera para muchos, debido a que exige tiempo y dedicación para entenderla y practicarla. Los resultados de aprendizaje podrían ser no tan halagadores en primera instancia y a veces hasta desconsoladores, lo que lleva a pensar que es imposible apropiarse de los conocimientos.

Desde el inicio de la educación preescolar y básica, se crea un paradigma de rechazo hacia las Matemáticas. Quizás sean los mismos profesores quienes se encargan de formar dicho paradigma, al imponer en lugar de hacer que sus alumnos entiendan la necesidad de estudiarlas. Por otra parte, es frecuente ver que muchos padres de familia, cuando sus hijos tienen un mal comportamiento, les obligan a dedicar más horas a los estudios; se logra así que los niños y adolescentes piensen que estudiar es un castigo. Este concepto, manejado desde los primeros años de estudio, continúa hasta el nivel secundario y hace que los jóvenes universitarios estudien sólo por cumplir con los requisitos de su carrera; piensan solamente en aprobar la materia, no en obtener aprendizajes significativos a largo plazo.

Se observan malos hábitos de estudio en los muchachos. Estudian en las vísperas de los exámenes, copian las tareas, sin tratar de entender de qué se trata; les interesa es la

calificación, no el conocimiento. En este escenario, el docente universitario se ve en la necesidad de continuar con un tratamiento conductista: “los contenidos ya han sido elaborados para el curso, por lo tanto hay que dictarlos y el alumno debe buscar la manera de asimilarlos”. A esta situación, el estudiante la entiende como: “¡tengo que aprobar la materia a como dé lugar!

Un docente comprometido con el proceso de enseñanza-aprendizaje, deberá diseñar estrategias para lograr sus objetivos y, dentro de estas estrategias, deberá incluir la motivación correspondiente para captar la atención del estudiante. Esto no es tan sencillo. Hay que capacitarse para este reto, aunque algunos piensan que dictar una clase no es complicado; creen que es suficiente dominar los contenidos.

En el caso de los estudiantes de Administración o Economía podría resultar un poco más sencillo motivarles al estudio de las Matemáticas, debido a que existen libros escritos expresamente para estas carreras, en los que se ubican, a renglón seguido de la teoría, los problemas de aplicación que permiten que el alumno en los niveles iniciales, ya se vea enfrentado a la resolución de problemas prácticos de su área. Sin embargo, ciertos alumnos siguen manifestando que estos problemas todavía les parecen teóricos; ese es el en el que el docente tiene que estar preparado para salvar esta situación.

Puede resultar desconsolador para un profesor tratar de explicar a sus alumnos de los primeros niveles que un modelo matemático corresponde a un determinado proceso económico. Explicarles de dónde sale una determinada ecuación matemática que modela un problema. Algunos maestros hacen el esfuerzo mencionándoles que el asunto más importante es que ellos adquieran la metodología para tratar matemáticamente determinado problema. Pero aún así se podría observar insatisfacción en los alumnos.

Otra estrategia sería hacer que el estudiante se interese en el día a día del país; que se esté al tanto de las noticias económicas nacionales e internacionales, y que reflexione sobre el papel que desempeñan las Matemáticas. Lo que debe quedar en la mente del estudiante es que “aprender matemáticas le va a permitir, en el futuro, formular planteamientos matemáticos para dar solución a los problemas que se le van a presentar”.

Los docentes deben concebir el currículo como algo integrador. Tienen que conocer y, en lo posible relacionarse con los contenidos de las otras materias de la malla curricular de la carrera. De esta forma les será más sencillo diseñar estrategias de enseñanza-aprendizaje motivadoras.

Créanlo o no, las finanzas son parte de la vida diaria

Por Ma. Elena Romero Montoya, M.Sc.
meromero@espol.edu.ec

Hipotéticamente hablando: si alguien me hubiese dicho, cuando empecé a dar clases, que cobrara 10 centavos cada vez que un alumno dijera: “No entiendo las finanzas” o alguna frase parecida, seguro que hoy, 12 años después, por lo menos tendría para dar la cuota de entrada de un auto nuevo y no necesariamente del tipo económico.

Nunca olvidaré aquella alumna que, en mis inicios como docente, me preguntó muy frustrada: “¿por qué debo tomar clases de finanzas si mi especialización es marketing?”. Yo le contesté: “cuando, algún día, usted desarrolle un plan de marketing creativo e innovador, pero que no lo pueda implementar, porque el gerente financiero le diga que no hay plata para hacerlo y usted no tenga las herramientas para demostrar lo contrario... lo entenderá”.

Hay quienes hasta la fecha me preguntan cómo he logrado que se me hagan tan fáciles. Y mi única respuesta ha sido: “que veo a las finanzas no como algo ajeno a mí, sino algo tan cercano que en el día a día, consciente o inconscientemente, todos la terminamos aplicando queriendo o sin querer”.

Tomemos por ejemplo, el caso de los estudiantes universitarios que, en vísperas de participar de un proceso de registro en línea están buscando toda la información que necesitan para organizar sus horarios en función de sus gustos y preferencias. De allí surgirán aquellos estudiantes que organizarán su horario buscando a los mejores profesores (léase los más exigentes); otros lo harán tratando de no tener horas libres entre materias para evitar los tiempos muertos; y no faltarán los que querrán asegurar la aprobación de la materia.

El caso planteado es un claro ejemplo de decisiones financieras, ¿acaso no lo ve?. El estudiante que busca a los profesores exigentes está tratando de maximizar su aprendizaje, es decir maximizar su utilidad personal. El que trata de no tener tiempos muertos está tratando de minimizar la pérdida de tiempo. El que elige

profesores barquito para asegurar la aprobación, es doblemente eficiente (imaginen mi cara de sarcasmo al escribir estas líneas), porque busca minimizar esfuerzo, maximizando utilidad personal y encima minimizando el riesgo de perder la materia y, por ende, buscando eliminar el riesgo de tener que pagarla si la repite.

¿Quiere otro ejemplo? Con gusto se lo doy: imagínese que un adolescente tiene que decidir entre ir al cine con sus amigos, a los que no ve hace tiempo, o almorzar con su familia por el cumpleaños de su adorada mamá, y las dos situaciones son a la misma hora. A no ser que posea habilidades sobrenaturales, no podrá asistir a las dos actividades al mismo tiempo, tendrá que elegir una de estas. En este momento, he introducido el concepto de costo de oportunidad, muy utilizado en el mundo financiero. Es decir, la elección de una alternativa, irremediadamente, traerá consigo el sacrificio de la otra. Me imagino que en este momento estará pensando en cada uno de los costos de oportunidad que ha ido experimentando a lo largo de su vida.

Por último, hablaré del costo hundido, que la teoría financiera define “como aquel costo irrelevante para la toma de decisiones”. Muchos de mis alumnos recordarán el ejemplo que suelo poner en clases cuando les digo: “Imagínense que a estas alturas, luego de dos años de estudio, se dan cuenta que la carrera en la que están (de corte económico/administrativo) no es lo que querían y han descubierto que su verdadera pasión es el periodismo”. Tienen dos posibles decisiones: terminar la carrera en la que se encuentran, incurriendo en el costo de oportunidad de su vocación, o cambiarse, asumiendo el costo hundido de los dos años de estudio, si lo que desean realmente es seguir su vocación. Pues, al cambiarse de especialidad no podrán recuperar el tiempo invertido y será poco probable que puedan convalidar materias. Pero poco le importará si lo que está buscando es maximizar su utilidad personal.

Ojalá que con el ejemplo anterior no le haya hecho recordar aquel costo hundido de su vida, pero si lo hice, solo le puedo decir: supérela!, asúmala! pues a estas alturas de su vida ya será irrelevante!

El nuevo paradigma de las matemáticas

Por Patricia Valdiviezo Valenzuela, M.Sc.
pvaldi@espol.edu.ec

El desarrollo alcanzado la humanidad, tanto en la actividad técnica, como en lo social, exige economistas con un nivel de formación integral superior, con un alto componente cuantitativo. Actualmente, tanto economistas como ingenieros, investigan y trabajan juntos en grupos multidisciplinarios, desempeñando diferentes tareas en el ámbito de la gestión, dirección, coordinación, en el campo mismo de la vida empresarial.

Con esta perspectiva, los economistas aportan sus conocimientos y experiencias relacionando a lo que pasa en el mercado y la economía, mientras que los ingenieros contribuyen con el componente científico que les otorga su preparación de su especialización, con énfasis en el análisis cuantitativo. Sin descuidar una comunicación abierta y espontánea como parte de su formación integral.

En las últimas décadas, ha aumentado el interés, entre investigadores de las diferentes disciplinas, de vincular y fundamentar sus estudios en aproximaciones matemáticas avanzadas, buscando siempre su aplicación práctica en la realidad social.

En América la formación de los economistas e ingenieros tiene la tendencia a formar profesionales de perfil amplio, con posibilidades de la particularización en alguna dirección, con el empleo del sistema de créditos por opción. Así se manifiesta una fuerte formación socio-humanística, que responden a objetivos profesionales definidos como la posibilidad de establecer negocios dentro y fuera del país.

La formación de los economistas e ingenieros, en el Ecuador, garantiza los conocimientos, habilidades y valores que requieren en la formación de estos profesionales, para poner al servicio de la humanidad el desarrollo de la ciencia y la tecnología, con racionalidad económica, funcionabilidad, optimización del uso de los recursos materiales y humanos, preservando los principios éticos y estéticos sin deteriorar el medio ambiente.

Con vista a dar respuestas al encargo social del economista e ingeniero ecuatoriano en los inicios del siglo XXI, se ha diseñado un modelo del profesional, que se caracteriza por una formación de perfil amplio, capacidad para dar

respuesta a los problemas generados en el pregrado; una formación básica sólida que le permita acceder a la formación de posgrado y el desarrollo de habilidades profesionales desde la formación de pregrado que involucra la utilización de herramientas cuantitativas que permite demostrar modelos económicos aplicables.

El economista y el ingeniero, en su ejercicio profesional resuelven un sinnúmero de problemas. Uno de tantos sería la optimización de recursos, sin embargo cuando a muchos estudiantes de estas carreras se los evalúa nos encontramos con problemas en el cual tienen dificultades en el desarrollo de problemas algebraicos y de cálculo diferencial al resolverlos dando resultados erróneos, que entorpecen el aprendizaje de esas materias.

Al analizar la disciplina Matemática y en especial el desempeño que tiene el Álgebra, como parte de ésta, se aprecia que en su enseñanza los rendimientos académicos obtenidos han tenido poca eficiencia, no es asequible a los estudiantes por la complejidad del tratamiento matemático, más que didáctico con la que se trata, lo que ha motivado poco estudio por los estudiantes, mitos de asignaturas muy difíciles en las diferentes generaciones que estudian estas carreras.

Esta situación problemática que presenta el Álgebra, dentro de las Matemáticas, la cual, es básica en la formación de los economistas e ingenieros y que contribuye a la formación de las habilidades profesionales en este tipo de egresado, ha sido analizada desde el punto de vista metodológico en las universidades del país, a nivel de colectivos de asignatura, disciplina y carrera.

No obstante al continuar indagando sobre la incidencia de los contenidos de esta asignatura en su campo laboral, afloró que en ella se da como condición, que los economistas e ingenieros, tengan los conocimientos y habilidades profesionales derivadas del aprendizaje de las matemáticas.

En conclusión, no es hasta ahora, que vemos la importancia de esta disciplina en la economía, pues como se puede colegir de lo aquí expresado, constituye una herramienta fundamental para el análisis, la cuantificación y la modelización de fenómenos. Dado que la economía trata de conceptos que son esencialmente cuantitativos, gran parte del análisis económico no puede omitir la matemática.

¿Es el profesional del marketing un verdadero ingeniero?

Por Bolívar Pástor López M.A.E.
bpastor@espol.edu.ec

Quienes ejercemos en las áreas del marketing o de las ventas estamos acostumbrados a suspicaces expresiones como: “¿Acaso el vendedor necesita estudiar?” Incluso, a veces, se refieren cariñosamente a nosotros como los “marketeros”. Esta tendencia a minimizar al área comercial se ha generalizado tanto que hasta el Presidente de la República dijo, en una de sus acostumbradas cadenas de los sábados, que carreras como el Marketing debían reducirse, porque en corto tiempo habría más mercadotecnistas que consumidores.

Estos enfoques, con tintes ideológicos, son lamentables porque satanizan toda actividad comercial. Hasta se llega a hablar de los vendedores como explotadores permanentes de los consumidores, a quienes lo único que les preocupa es aprovecharse de las necesidades de los usuarios. Esta argumentación constituye una verdadera miopía comercial, ya que todas las estrategias y direccionamiento del marketing moderno están enfocadas a la satisfacción del cliente en el corto, mediano y largo plazos.

El término marketero, además, es peyorativo. Etimológicamente, se deriva de ‘marketeer’, que fue el vocablo que acuñaron los japoneses para los expertos en marketing industrial. Pero, este enfoque parece más cercano al de un carpintero, limitado a actividades operativas, lejanas de las decisiones estratégicas de la empresa.

Por esta confusión, los empresarios todavía creen en el líder como el único dotado de la facultad de pensar y decidir, mientras el resto opera a la vieja usanza empresarial.

Estas distorsiones hacen que a algunas personas les cueste aceptar que los profesionales del marketing también pueden ser ingenieros. Recordemos que la ingeniería es el conjunto de conocimientos y técnicas científicas aplicadas a la creación, perfeccionamiento e implementación de estructuras (tanto físicas como

teóricas) para la resolución de problemas que afectan la actividad cotidiana de la sociedad.

Tiempo atrás, costó también aceptar al ingeniero comercial porque se lo consideraba una versión reducida de los economistas. Pero, luego, se comprendió que esta disciplina empresarial aplica los conocimientos de la matemática básica, cálculo, estadística, métodos cuantitativos, investigación de operaciones, economía, administración, finanzas y marketing para la solución de los problemas sociales y organizacionales.

Tampoco es preciso hablar de un profesional del marketing como si fuera exclusivamente un vendedor o un publicista. Su campo de acción va más allá; en el marketing se planifica, se direccionan las ventas y se utilizan todas las herramientas de comunicación comercial (publicidad y medios convencionales ATL y no convencionales BTL) y se manejan políticas promocionales dirigidas al consumidor final, a los intermediarios comerciales y a los socios estratégicos.

Cuando Philip Kotler, máxima autoridad mundial del Marketing, visitó Ecuador en 2008, planteó la figura del CMO (Chief Marketing Office) y propuso la creación de una Unidad Estratégica de Negocios para revisar los objetivos de largo plazo de un producto y/o servicio o de una marca.

En este contexto, me pregunto: ¿Acaso la oferta de ingenieros en marketing es un invento de nuestro país? No. Es más, revisemos al ámbito latinoamericano: en Perú, Colombia y Chile se ofrece la carrera de ingeniería en Marketing para tercer nivel y, también, maestrías en Marketing y Dirección Comercial para cuarto nivel.

Para que una persona acceda al título de Ingeniero en Marketing debe cursar entre ocho y nueve semestres, con un enfoque estratégico y operativo (marketing mix). Después, para obtener la maestría en Marketing, el enfoque es gerencial y busca la profundización en una de las especialidades del área comercial, como la investigación de mercados, las ventas o el servicio al cliente.

Por ello, cuando nos referimos con ligereza respecto de una profesión es necesario, primero, disponer de la suficiente información para no caer en generalizaciones apresuradas que, por la falta de fundamento y coherencia, no son más que estereotipos.

Los efectos del salario mínimo en el trabajo de Pepe

Por Francisco Briones Rugel*
fraabrio@espol.edu.ec

Todos los años, la negociación del salario mínimo tensiona los ánimos entre las autoridades gubernamentales, los empresarios y los trabajadores. Para este año, con algo más de consenso que de costumbre, el precio mínimo de la mano de obra en el mercado laboral ecuatoriano fue establecido en US\$ 292. Pero, ¿cuál es el efecto de esta fijación salarial en la economía?

Consideremos a Pepe, un trabajador poco calificado y con poca experiencia, que recientemente ha sido contratado como obrero en una fábrica. El salario que ha acordado con su empleador no es tan alto como desearía (USD 200), pero al menos cuenta con una oportunidad laboral y un ingreso bajo el cual está dispuesto a prestar su servicio. Él sabe que aprendiendo del oficio y poniendo en práctica sus limitados conocimientos, por ahora, obtendrá algo de experiencia que, junto a una preparación adicional, le permitirán acceder a una mejor oportunidad en el futuro.

Veamos ahora el caso de Cristina. Ella, con algo más de experiencia y preparación, logra acceder a la misma fábrica, pero en una posición que le permitirá ganar más (US\$ 400). Al menos más que el promedio salarial de su ciudad y, obviamente, que Pepe. Su actividad y productividad es mayor que la de Pepe, por lo que su empleador obtiene mucho más beneficios después de pagarle a ella, que pagarle a Pepe, aproximadamente US\$ 100.

Ahora bien, con la nueva disposición salarial el empleador se ve en la obligación de analizar la situación de sus trabajadores para no infringir la Ley. Por sentido común, podemos darnos cuenta que aquellos con un salario mayor al mínimo cumplen con la norma, siendo los que ganan por debajo del mismo los que deben ser analizados. En el caso de Pepe, por la actividad que él realiza el empleador gana USD 30 adicionales, es decir, mucho menos de los USD 92 necesarios para ajustarse a la Ley. Así, Pepe, quién debía haber sido beneficiado por la ley del salario mínimo, termina

* Graduado de la carrera de Economía con Mención en Gestión Empresarial.

siendo perjudicado puesto que no puede ser costeado por su empleador. Además que considerando su experiencia mínima y poca preparación no justifica el gasto por esa cantidad.

Para Cristina la situación no ha cambiado, pues ella se encuentra en una situación más aventajada y es una empleada más calificada. Quizá, y con algo de fortuna, aquellos con salarios ligeramente inferiores al mínimo establecido logren ser ajustados y no perder su empleo.

Todo lo anterior sucede porque el empleo forma parte de un mercado más de la economía, el mercado laboral, con cantidades demandas y ofertadas de plazas de trabajo sujetas a un precio que es el salario. Mientras mayor es la demanda de empleo, mayores serán los salarios y viceversa. Pero, al establecer un precio mínimo se genera una reducción en la demanda traducida, en este caso, como desempleo. Lo que genera otras distorsiones más como la informalidad, subempleo y contrataciones ilícitas.

En un mercado libre, los empleadores también compiten por los trabajadores; por eso deben mantener los sueldos por encima de un nivel mínimo natural y ofreciendo algún otro beneficio para acceder a la mano de obra necesaria para su negocio. Por eso, que el salario mínimo sea una determinada cantidad establecida por Ley no implica que todos ganarán por lo menos esa cantidad. No afecta a quienes tienen un salario superior al mismo. Tampoco a los que tienen uno ligeramente inferior, siempre y cuando no deje de ser rentable el ajuste; pero, definitivamente, sí a los que están muy por debajo de él, pues lejos de beneficiarlos, los elimina del conjunto de selección.

En otras palabras, el salario mínimo es una política pública que lejos de beneficiar a los de menor remuneración, los perjudica al eliminarlos de la gama de elección de los empleadores porque se vuelve muy costosa su contratación. Es decir, elimina los primeros peldaños de la escalera económica para estas personas que, regularmente, son las personas en los estratos económicos más bajos y jóvenes, con poca educación, experiencia y/o calificación para las plazas de empleo. En el Ecuador, el 88% de los desempleados que reportaron algún tipo de ingreso se ubicaron en el quintil más bajo; mientras que, por edad, más del 45% fue menor a 25 años en 2011.