

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PRIVADA COSMOS
UNITEPC**

Revista Economía, Innovación y Emprendimiento

**Volumen 2. Número 3
Enero- Junio de 2022**



REVISTA ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO por UNITEPC se distribuye
bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) .

Cuerpo editorial

Director - Editor

Mgr. José Luis Flores B.

Comité Editorial

Lic. Mario Cáceres C.

Mgr. Eduardo Mancilla H.

Ma. Lorena Orellana A.

Comité revisor

Arbitrajes externos

Jorge Miguel Veizaga R. PhD.

(Centro de Estudios de Población)

Nelson Manzano A. PhD.

(Instituto de Investigaciones Sociales y Económicas)

Alfredo Mancilla H. PhD.

(Centro de Investigación y Formación en Matemática y Economía)

Contenido

Presentación

La industria del Software en Cochabamba.....	1
JOSÉ LUIS BARROSO	
Los vehículos eléctricos, la tendencia del ecomarketing y la necesidad.....	4
CATHERINE SOTO	
Moviéndonos hacia una economía cashless.....	12
SANTIAGO LASERNA	
Guerra en Ucrania: Consecuencias Económicas para Bolivia.....	29
MARCEL NAVIA	
Factores que inciden en el comportamiento del consumidor de pan de batalla en el Distrito “E” zona Esquilan del municipio de Colcapirhua.....	37
LIMBERT CONDORI	

Presentación

La Universidad Técnica Privada Cosmos y la Facultad de Ciencias Económicas Financieras y Administrativas, presenta el número tres del segundo volumen de la Revista Economía, Innovación y Emprendimiento. En el presente número, dentro del área económica de la revista, se plantean temas relacionados a la industria del Software, la coyuntura económica como la economía digital y la economía de la guerra. Por su parte las investigaciones en el área comercial-empresarial, abordan temas relacionados al consumo de los autos eléctricos, la valoración de activos de capital y los factores de consumo de un bien de primera necesidad como es el caso del pan.

José Luis Barroso en su carta al editor “La industria del software en Cochabamba, reflexiona en torno a la industria del software, su importancia y potencial para el departamento y el país constituyéndose en una de las claves para el desarrollo de Cochabamba.

Posteriormente, Catherine Soto en su investigación “Los vehículos eléctricos, la tendencia del eomarketing y la necesidad”, analiza, mediante una revisión bibliográfica, la tendencia del consumo de vehículos eléctricos. La autora concluye que la demanda de vehículos eléctricos aumentó considerablemente en los últimos años y sostiene que esta tendencia continuará en los próximos años, promovida por la mayor conciencia ambiental de los consumidores que buscan disminuir los efectos del cambio climático.

El documento “Moviéndonos hacia una economía cashless” trabajado por Santiago Laserna analiza los desafíos y oportunidades para Bolivia de ingresar en una economía que no dependa de dinero en efectivo, develando en sus resultados que los medios de pago sin dinero en efectivo están creciendo de manera acelerada en Bolivia y a futuro plantea grandes desafíos para la sociedad boliviana y el sistema financiero nacional.

Por su parte, Marcel Navia en su trabajo “Guerra en Ucrania: Consecuencias Económicas para Bolivia” reflexiona en torno a las consecuencias económicas de este conflicto bélico sobre Bolivia, pronosticando que algunos sectores se verían seriamente afectados, como, por ejemplo, el hidrocarburífero por la importación de combustibles, el sector panificador y el de la producción agropecuaria por la alta dependencia del país del trigo y maíz importado. No obstante, el autor también advierte que otros sectores como el de la producción de fertilizantes, la industria aceitera y los minerales podrían presentar oportunidades para el comercio internacional.

Por último, Limbert Condori indaga los factores incidentes en el comportamiento del consumidor del pan de batalla en el distrito “E” , zona Esquilan del municipio de Colcapirhua y de qué manera estos factores van repercutiendo en la toma de decisiones de compra, encontrando como resultados que el sexo, nivel de ingreso, preparación académica, cantidad de consumo de pan, valoración del sabor, valoración del vendaje, valoración del precio, valoración del peso entre otros son los factores determinantes del consumo de este producto de primera necesidad.

Cochabamba, junio de 2022