

DIAGNÓSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLATAFORMA DIGITAL CON CANALES VIRTUALES NAF UTC EN LATACUNGA

DIAGNOSIS FOR THE IMPLEMENTATION OF A DIGITAL PLATFORM WITH UTC NAF VIRTUAL CHANNELS IN LATACUNGA

Karen Paredes ^{1*}

¹ Estudiante. Facultad Ciencias Administrativas y Económicas. Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-7490-8910>. Correo: karen.paredes1584@utc.edu.ec

Marco Bedon ²

² Estudiante. Facultad Ciencias Administrativas y Económicas. Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0007-0004-7870-5430>. Correo: marco.bedon0293@utc.edu.ec

Myrian Hidalgo ³

³ Docente Facultad. Ciencias Administrativas y Económicas. Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6582-1657>. Correo: myrian.hidalgo@utc.edu.ec

* Autor para correspondencia: karen.paredes1584@utc.edu.ec

Resumen

El artículo presenta un diagnóstico para la implementación de una plataforma digital que cuenta con canales virtuales para el Núcleo de Apoyo Fiscal (NAF) de la UTC en Latacunga. Con un enfoque mixto de investigación, se analizó la viabilidad y la aceptación de los usuarios y autoridades del NAF hacia esta solución tecnológica. Los resultados evidencian que, a pesar que una porción significativa de usuarios tiene retos en el uso de herramientas digitales, también reconocen su potencial para mejorar la calidad y eficiencia del servicio. Se discuten estrategias para incrementar la accesibilidad tecnológica y la confianza de los usuarios, destacando la importancia de preparar a los estudiantes para un entorno laboral más competitivo y adaptado a la era digital.

Palabras clave: núcleos de apoyo contable y fiscal; plataformas digitales; implementación; servicios virtuales

Abstract

This article presents a diagnosis for the implementation of a digital platform with virtual channels for UTC's Fiscal Support Center (NAF) in Latacunga. Using a mixed-method research approach, the study analyzed the feasibility and acceptance of this technological solution by NAF users and authorities. The results reveal that while a significant portion of users perceive challenges in adopting digital tools, they also recognize their potential to enhance service quality and efficiency. Strategies to improve technological accessibility and user confidence are discussed, emphasizing the importance of preparing students for a more competitive labor market adapted to the digital era.

Keywords: *fiscal and accounting support centers; digital platforms; implementation; virtual services*

Fecha de recibido: 24/11/2024

Fecha de aceptado: 07/01/2025

Fecha de publicado: 26/01/2025

Introducción

Los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) forman parte de un proyecto apoyado por Euro Social, programa de la Comisión Europea para la cooperación entre Europa y América Latina, cuyo objetivo es contribuir a cambios en las políticas públicas que mejoren la cohesión social a través del aprendizaje entre pares y el intercambio de experiencias entre instituciones homólogas (Cantos, Moreira & Padilla, 2021).

Los NAF fueron diseñados en origen por la Receita Federal de Brasil, país donde funcionan en más de 300 universidades. Desde 2014, EUROsocial ha impulsado, de la mano de dicha institución, el avance de los NAF en América Latina a través del intercambio de experiencias entre pares de Administraciones tributarias y universidades de diferentes países (Rodríguez, 2021).

Estos centros de información se han convertido en un espacio de ayuda a la sociedad especialmente a contribuyentes pertenecientes a la tercera edad, discapacitados, personas de escasos recursos es decir contribuye a impulsar la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones en los grupos más vulnerables, también ayuda a que las personas accedan a beneficios como la devolución de IVA. Este es un claro ejemplo de la importancia social de los NAF.

Estos espacios integran a estudiantes, docentes y asesores con la sociedad su objetivo es asesorar y capacitar en aspectos contables, tributarios, laborales y financieros a los ciudadanos contribuyentes. Además, son importantes porque contribuye a reducir la evasión fiscal, Ecuador pierde entre \$300 y \$400 millones de dólares en evasión fiscal (Universidad del Azuay, 2023).

En el Ecuador los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal NAF, fueron impulsadas por el SRI, desde el año 2015, “través de la firma de convenios de cooperación interinstitucional con las diferentes instituciones de educación superior a nivel nacional”, creando así un espacio para la atención permanente, en la cual los estudiantes y docentes brindan atención básica sobre materia tributaria, contable, y fiscal, a persona naturales

no obligadas a llevar contabilidad y microempresas, sin retribución económica alguna (Cantos, Moreira & Padilla,2021).

Desde, el año de constitución hasta la actualidad los NAF han reflejado expansión, a la fecha existen estos centros en diferentes provincias del país como: Esmeraldas, Imbabura, Pichincha Santo Domingo, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Cañar, Azuay, El Oro, Loja, Pastaza, Morona Santiago, Guayas y Santa Elena. (Servicio de Rentas Internas, 2024)

Es necesario considerar que el avance tecnológico está cambiando la forma de hacer las cosas. En la actualidad contar con un sitio web es más que una moda o un lujo, es una necesidad real pues cada día son más las personas que buscan satisfacer la mayoría de sus necesidades a través del Internet” (Solís, 2021). Por ello es importante considerar la inclusión de tecnología de medios digitales para incrementar la eficiencia y la calidad del servicio de los NAF hacia la comunidad y preparar a los estudiantes para un mercado laboral complejo y competitivo.

El panorama está cambiando la población de Ecuador empieza a conectarse a la era digital. Un 26,3% de sus hogares tiene computadora, 13% tiene internet, 76,3% tienen al menos un celular activado y 25,0% de personas usaron el internet en los últimos 6 meses (Villacís & Carrillo, 2019).

Por lo expuesto, la investigación se enfoca en realizar un diagnóstico para la implementación de una plataforma digital con canales virtuales NAF UTC en Latacunga. Considerando que la virtualidad sería un impulsor de la eficiencia, la calidad y la pertinencia del servicio.

Los servicios que ofrecen los NAF en el Ecuador según SRI (2024) son:

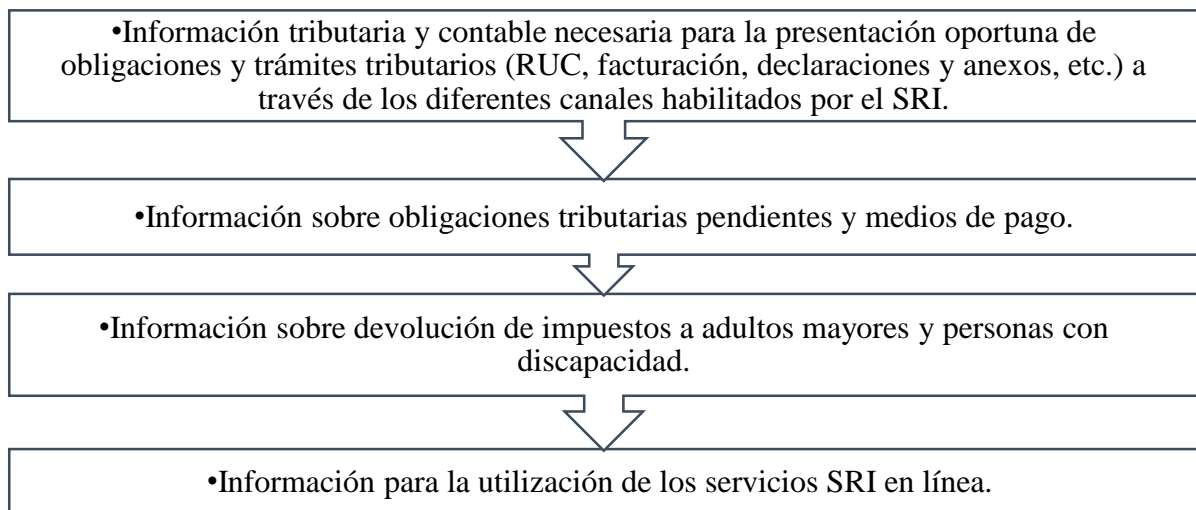


Figura 1. Servicios de la NAF.

Según (Rodríguez Carmona, 2021) para que los NAF logren un correcto funcionamiento distingue cuatro grupos de actores indispensables:

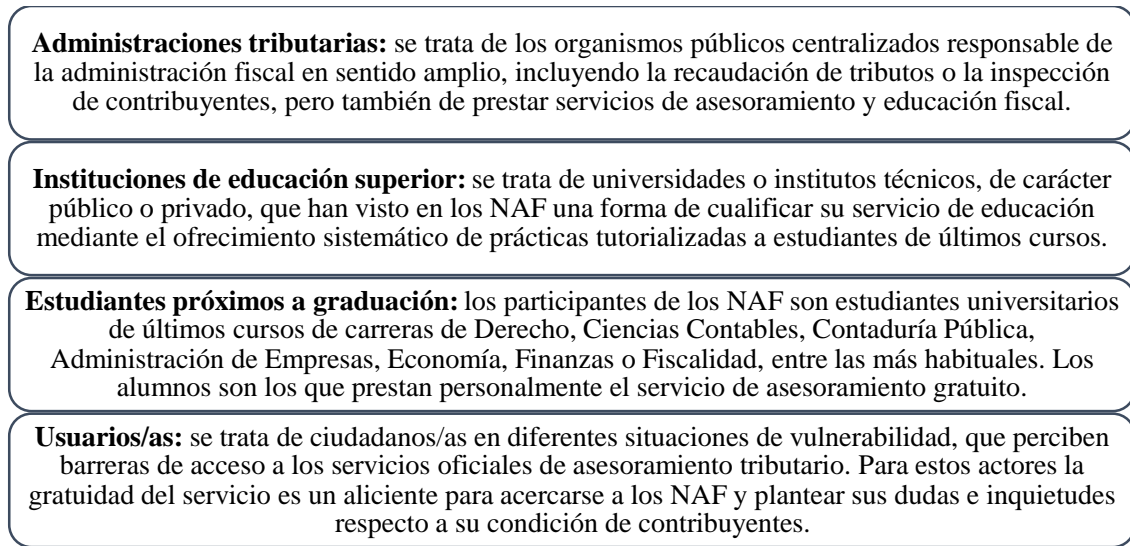


Figura 2. Actores de los NAF.

Además, es importante mencionar que de acuerdo a Ibidem, (2021) los NAF se alinean con el cumplimiento de la agenda 2030, al ser un impulsor en materia tributaria. El funcionamiento naturaleza y constitución de los NAF contribuyen al cumplimiento de al menos cuatro objetivos del desarrollo sostenible como se refleja en la siguiente imagen.

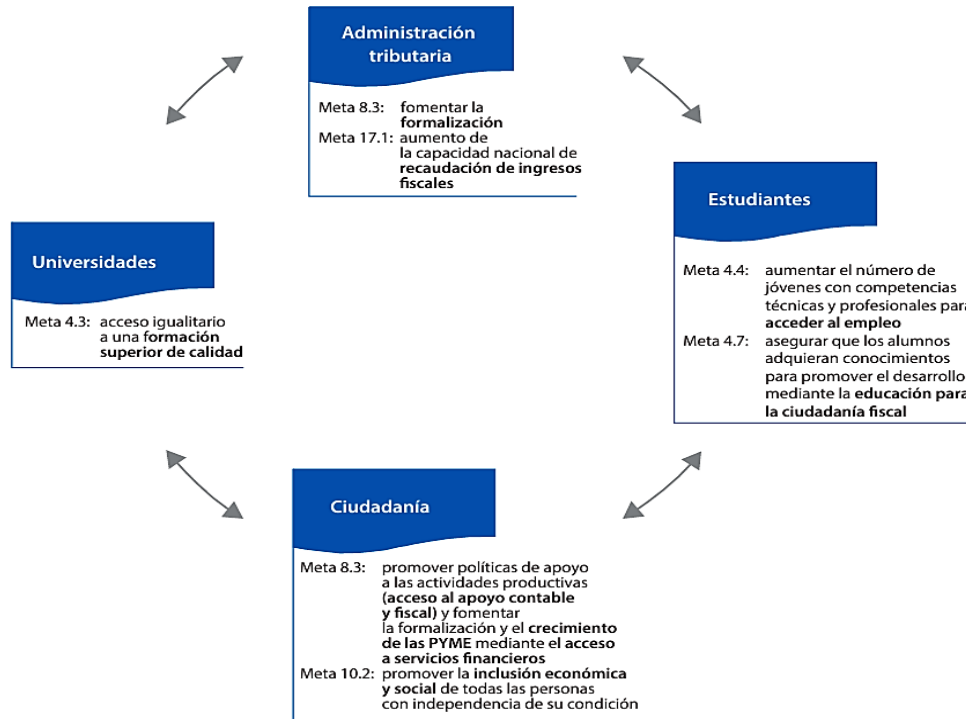


Figura 3. Los NAF como agentes impulsores de la agenda 2030.

Según, Bolaños Rojas et al. (2023) es cuestión de captarse al entorno, Los NAF al ser una iniciativa originaria en Brasil y posteriormente expandida por toda Latinoamérica no funciona bajo un modelo estándar, sino que cada país, cada universidad y cada administración tributaria lo adapta lo adaptan a su realidad, ofreciendo los servicios que consideran oportunos. Pero es importante considerar como hacen los NAF para ser visibles y ofertar sus servicios Blasto (2019) afirma que lo hacen mediante tres estrategias:

Tabla 1. Estrategias de promoción de los NAF

Estrategia	Actividades
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La comunicación externa (fundamentalmente en medios de comunicación locales — televisiones, radios y periódicos— y redes sociales) ✓ La promoción presencial por parte de los propios estudiantes (visitas a mercados, ferias o negocios para explicar qué es el NAF y repartir folletos) ✓ La atención itinerante ocasional para dar a conocer el servicio e invitar a los usuarios a visitar la sede estable del NAF ✓ Las conferencias o charlas introductorias sobre cultura tributaria por parte de los estudiantes, en las que se aprovecha para explicar el NAF
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La ubicación del NAF en lugares más accesibles y en los que haya mayor densidad de población y de actividades comerciales (fuera del campus, en lugares céntricos y concurridos) ✓ La co-ubicación del NAF con otros servicios o polos de servicios que son utilizados por la misma población objetivo
Acuerdos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los acuerdos con otras entidades (públicas, sin ánimo de lucro o privadas) que atienden o concentran población vulnerable y/o con necesidades de asesoramiento fiscal para que deriven sus usuarios al NAF, o bien para que el NAF de desplace a atenderlos in situ

El SRI mediante el Departamento Zonal de Asistencia al Contribuyente - Proceso de Control y Soporte: dará apoyo permanente a los NAF a través de capacitaciones continuas a docentes y estudiantes, en el momento que se produzca cambios en la normativa tributaria, además se llevará un registro de atención, consultas y satisfacción al usuario. El monitoreo de los NAF lo realizará el Departamento Zonal de Asistencia al Contribuyente - Proceso de Control y Soporte: por medio de un funcionario el cual deberá realizar visitas periódicas para verificar el normal y correcto funcionamiento del mismo, con el fin de retroalimentar el trabajo del centro y solventar cualquier requerimiento que pueda surgir. Además, se deberán entregar informes de resultados trimestrales por parte del NAF, informe de retroalimentación por parte del SRI, informe consolidado nacional documentos que forman parte del seguimiento permanente (Alaña, Gonzaga & Yánez, 2018).

Materiales y métodos

La investigación se orienta a diagnosticar, desde la perspectiva de los usuarios y autoridades del Núcleo de Apoyo Financiero (NAF) de Latacunga, el nivel de aceptación de una plataforma digital con canales virtuales. Para lograr este objetivo, se utilizó una metodología de investigación de tipo descriptivo con un enfoque mixto. El enfoque mixto combina métodos cualitativos y cuantitativos, proporcionando una comprensión holística y multidimensional del fenómeno estudiado. Este enfoque es esencial para obtener una descripción detallada y exhaustiva del estado actual de los canales virtuales propuestos en el proyecto y para evaluar la

viabilidad y el impacto potencial de la implementación de una plataforma digital. Se realizó una revisión bibliográfica exhaustiva para contextualizar el estudio y fundamentar teóricamente la investigación.

Los instrumentos se determinaron en base al enfoque mixto para la investigación cualitativa se empleó la técnica de la entrevista al director de vinculación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (CAyE), de donde nace el NAF, y al docente responsable del mismo. Estas entrevistas permitieron obtener información detallada sobre las percepciones y experiencias de las autoridades del NAF. Respecto a la investigación cuantitativa se empleó la encuesta mediante el cuestionario a los usuarios del NAF para medir y analizar patrones y tendencias de manera precisa y objetiva. Este instrumento permitió recoger datos cuantificables sobre las percepciones y experiencias de los usuarios con respecto a los canales virtuales propuestos.

Los datos cuantitativos recolectados mediante los cuestionarios fueron analizados estadísticamente para identificar patrones, tendencias y relaciones significativas. Este análisis permitió evaluar la viabilidad y el impacto potencial de la plataforma digital propuesta. Para facilitar la interpretación de los resultados, se utilizaron estadísticas descriptivas y se elaboraron gráficas que representaran visualmente los datos obtenidos. Además, se utilizó el análisis de fiabilidad de escala mediante desviación estándar, el Alfa de Cronbach y el ω de McDonald.

Estas herramientas ayudaron a presentar de manera clara y comprensible los hallazgos de la investigación, permitiendo una mejor comprensión de las percepciones y experiencias de los usuarios y autoridades del NAF.

La población de estudio está conformada por dos autoridades. Respecto a los usuarios se empleó las estadísticas de la plataforma oficial del SRI, teniendo una población de 1451 usuarios hasta el momento de la investigación. Para efectos de investigación se calcula la muestra mediante la fórmula de población finita conocida, con un margen de confianza del 95% y error del 5%, como se detalla a continuación:

Tabla 2. Población y muestra

Población Finita/Conocida	
Nivel de Confianza	95%
Z	1,96
p	50%
q	50%
E	5%
N	1451
Nivel de confianza	0,95
Nivel de confianza Excel	0,975
z	1,96
n	304

Como se observa, la muestra corresponde a 304 usuarios y 2 autoridades, dando como resultado, un total 306 sujetos de estudio.

Resultados y discusión

Dimensión 1. Uso y Preferencias de Herramientas Digitales

La aplicación de mensajería que más utilizan los usuarios (en esta pregunta podían escoger varias respuestas), 194 utilizan WhatsApp, 146 usan Facebook/Messenger, 90 prefieren Telegram y 52 afirman utilizar otras aplicaciones. Existen también usuarios que no utilizan mensajería ni correo electrónico; para ellos, las llamadas telefónicas o la presencialidad son el principal o único medio de comunicación.

En cuanto a si los usuarios consideran que la asesoría del NAF podría ser útil por mensajería instantánea, 124 lo consideran muy útil y 100 algo útil; sin embargo, 57 y 23 usuarios lo consideran poco útil y nada útil, respectivamente. Es pertinente destacar que gran parte de los usuarios del NAF son adultos mayores, quienes acceden a los servicios de devolución de IVA y no consideran la tecnología como algo muy útil, sino más bien en ocasiones como un obstáculo.

La seguridad que sentirían los usuarios al recibir los servicios de asesoría tributaria por mensajería o medios digitales, la mayoría, 134, lo considera poco seguro, 54 nada seguro, 60 usuarios lo consideran muy seguro y 56 algo seguro. Esto puede estar relacionado con la cultura y la percepción de inseguridad y delincuencia en la sociedad actual. Además, la falta de información y conocimiento podría solventarse con un plan de asesoría, capacitación y difusión, que logre cambiar la perspectiva de los usuarios y que comprendan los múltiples beneficios que la tecnología puede ofrecer.

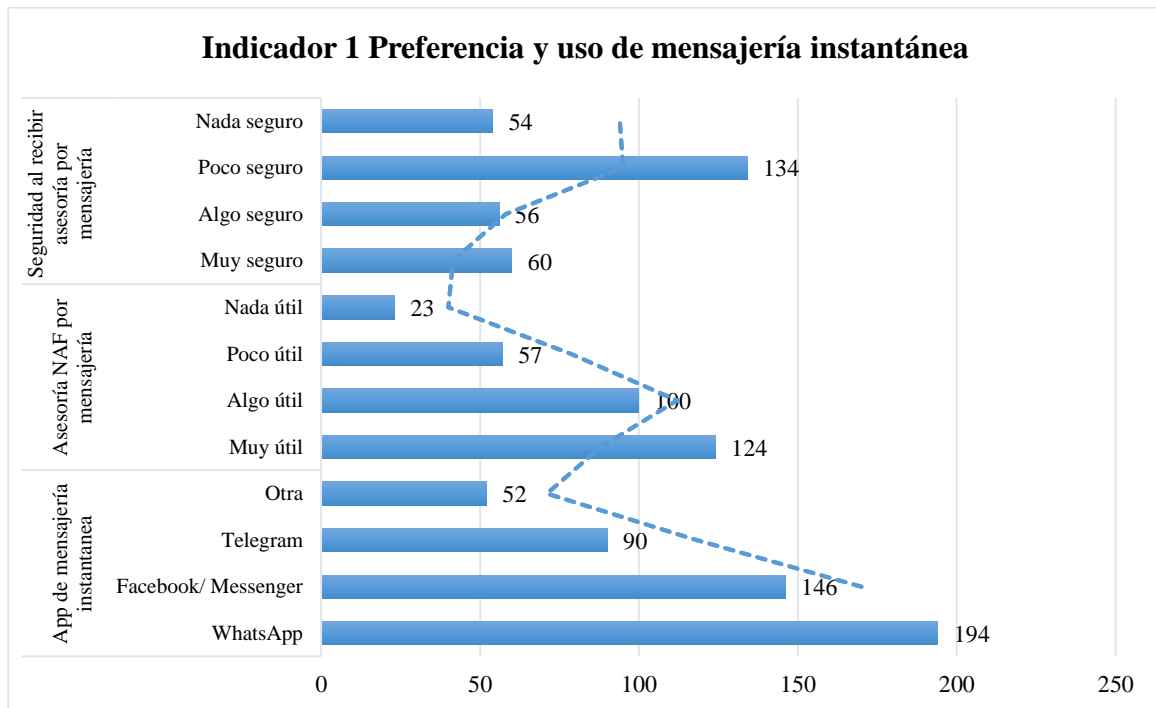


Figura 4. Indicador 1. Preferencia y uso de mensajería instantánea.

En el Indicador 2 sobre el uso de herramientas digitales, solo 134 usuarios manifiestan conocer y utilizar las herramientas digitales de comunicación. Además, 98 usuarios las conocen, pero no las utilizan de forma regular, 31 no tienen un conocimiento adecuado sobre tecnología y 41 afirman no tener acceso a estas herramientas. Esto puede deberse a la falta de dispositivos, la falta de acceso a internet, o a que los usuarios pertenecen a sectores con recursos limitados y no pueden acceder a asesorías pagadas. También es importante considerar que muchos usuarios son adultos mayores, quienes pueden no tener la disponibilidad o el conocimiento necesario para acceder a la tecnología.

Respecto a la opinión sobre la atención al cliente que ofrece el NAF actualmente, 109 usuarios la consideran buena, 104 regular, 68 excelente, y 23 la definen como mala. Esto podría mejorarse mediante el uso de canales de atención y comunicación en línea, ya que incrementaría la eficiencia, ahorraría recursos y optimizaría el tiempo de respuesta y de trámite.

La mayoría de los usuarios, 155, consideran que una plataforma digital de comunicación mejoraría mucho la atención, 59 piensan que mejoraría en algo, mientras que 48 y 42 manifiestan que mejoraría poco y nada, respectivamente.

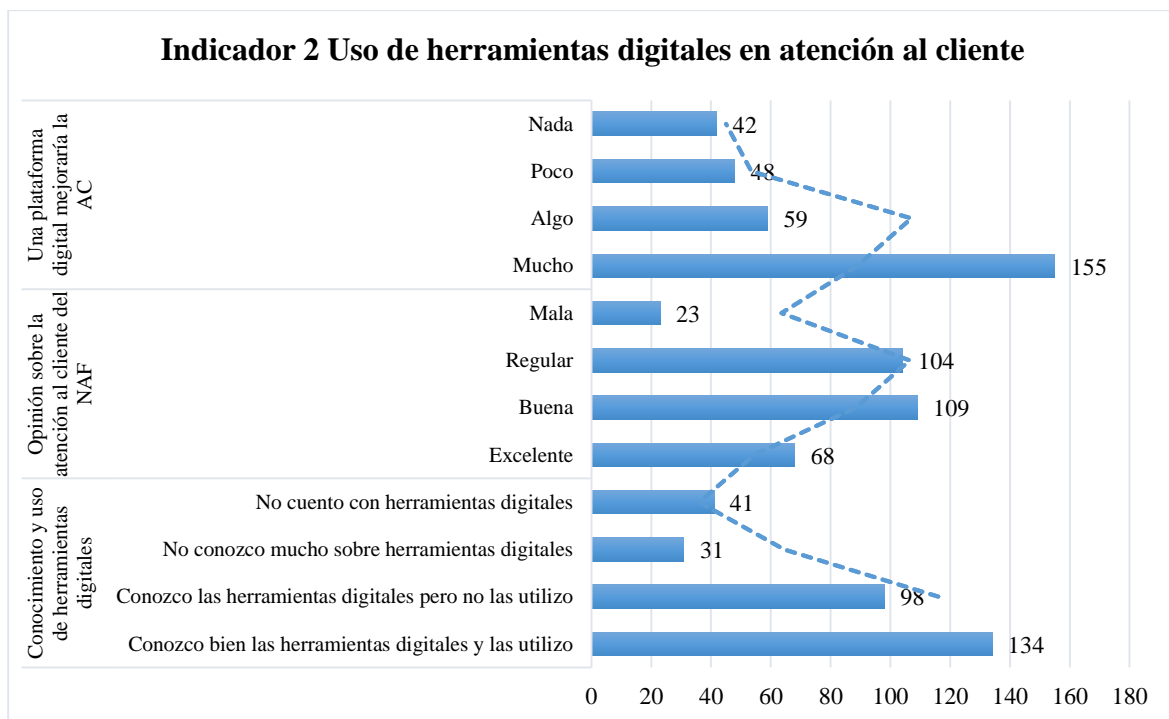


Figura 5. Indicador 2. Uso de herramientas digitales en atención al cliente.

El Indicador 3 sobre Frecuencia y Preferencia de Atención en Línea revela que, al preguntar sobre la frecuencia de uso de redes sociales como Facebook y WhatsApp, 101 personas siempre utilizan estas plataformas, 108 las usan a menudo, 50 rara vez y 45 nunca. Las personas que no utilizan o lo hacen de forma ocasional son principalmente adultos mayores.

Al indagar si los usuarios consideran que la atención al cliente del NAF podría adaptarse y realizarse a través de innovadores canales de asistencia en línea, 142 están completamente de acuerdo, 94 de acuerdo, 43 algo en desacuerdo y 25 completamente en desacuerdo.

Además, se preguntó si utilizan plataformas en línea para recibir servicios similares a los que ofrece el NAF. De los encuestados, 100 afirman utilizarlas siempre, 39 a menudo, 108 rara vez y 57 nunca han utilizado medios digitales para acceder a servicios de asesoría.

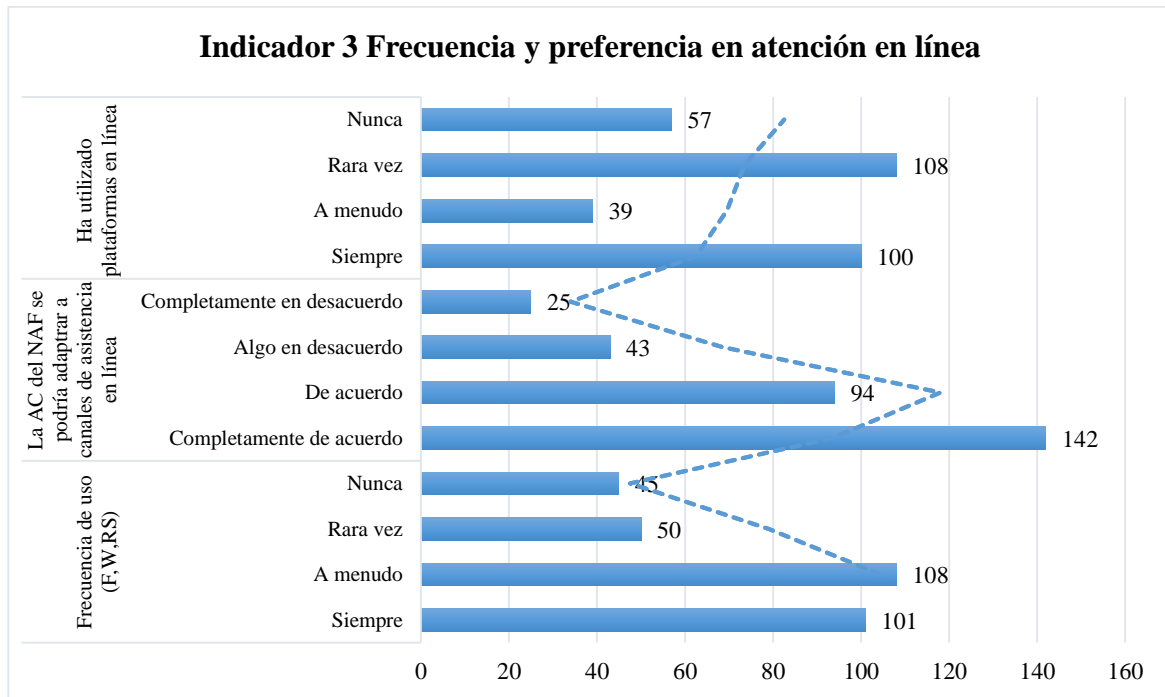


Figura 6. Indicador 3. Frecuencia y preferencia en atención en línea.

Dimensión 2 Factibilidad de implementación

En el Indicador 4, al preguntar si utilizar los servicios de asesoría tributaria del NAF a través de mensajería instantánea sin el apoyo de personal técnico sería fácil, la mayoría, 127 personas, respondieron que sería difícil, 104 lo consideraron algo fácil, 52 muy fácil y 21 muy difícil.

Al consultar si utilizar los servicios del NAF en cualquier hora y momento sería conveniente, 136 dijeron que sería muy conveniente, 99 algo conveniente, 45 poco conveniente y 24 nada conveniente.

Al indagar si el uso de una plataforma en línea con canales de comunicación incrementaría el número de usuarios y la satisfacción de estos con el NAF, 105 afirmaron que incrementaría mucho, 63 consideraron que incrementaría en algo, 97 mencionaron que incrementaría poco y 39 dijeron que estos factores incrementarían muy poco.

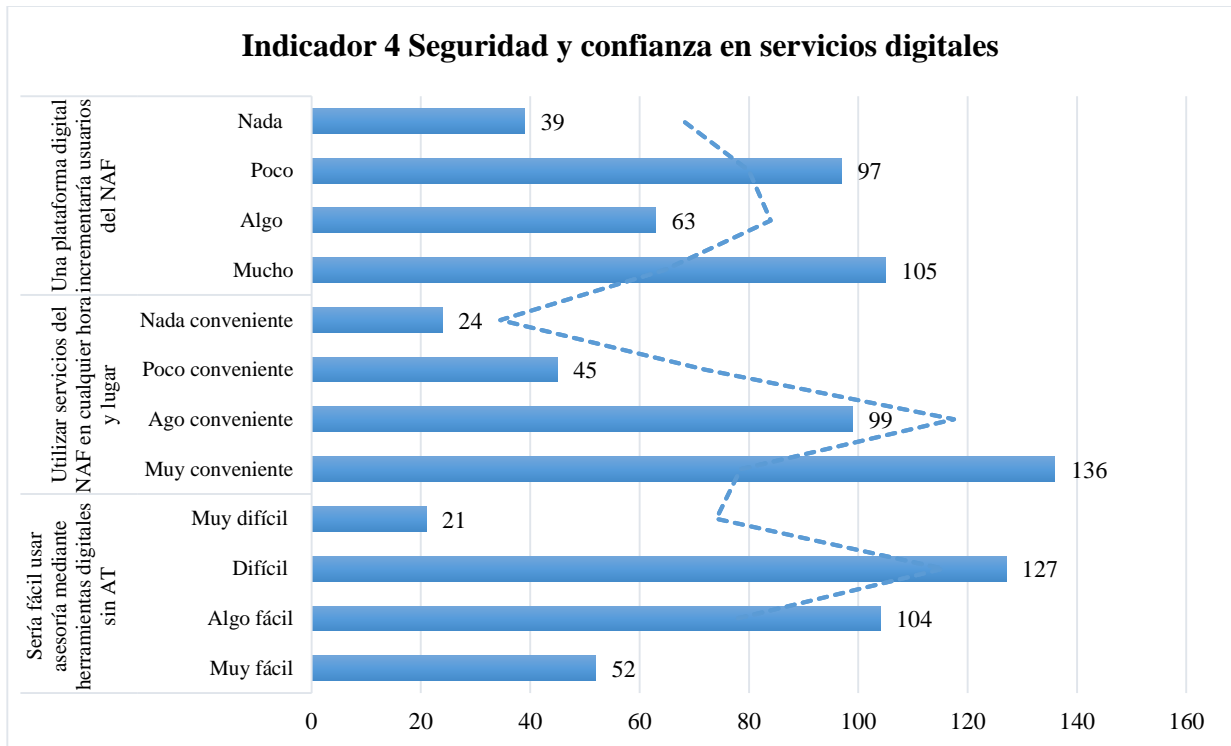


Figura 7. Indicador 4. Seguridad y confianza en servicios digitales.

En el Indicador 5, al pedir que califiquen la atención virtual versus la presencial, 103 usuarios la consideran mucho mejor, 107 mejor, 56 igual y 38 peor. Respecto a los problemas que experimentan los usuarios al utilizar la asistencia virtual, 102 mencionaron problemas técnicos, 99 problemas de conocimiento y 86 manifestaron no tener problemas al usar estas plataformas.

Las mejoras sugeridas por los usuarios para la implementación de la plataforma virtual incluyen mejorar la interfaz de usuario de forma continua, capacitar tanto al personal encargado de brindar los servicios del NAF (estudiantes) como a los usuarios (población que accede a los servicios del NAF), proporcionar mayor información y tutoriales de uso, y aumentar la seguridad y privacidad.

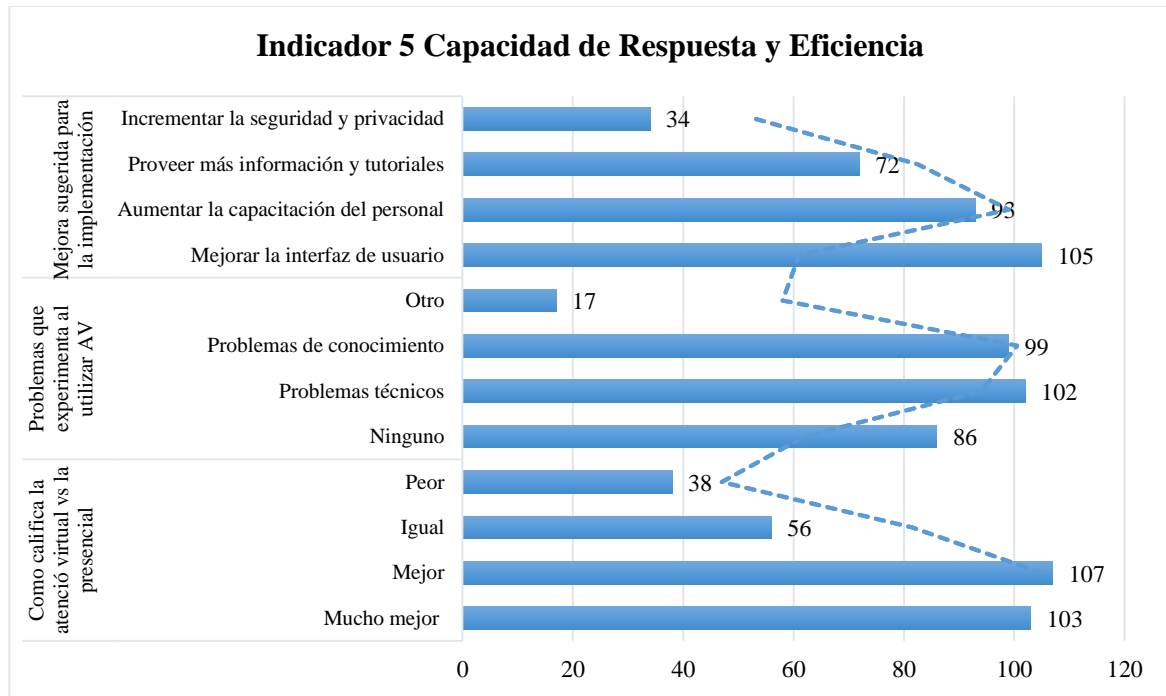


Figura 8. Indicador 5. Capacidad de Respuesta y Eficiencia.

Análisis de fiabilidad

La estadística entre las dimensiones D1 (Uso y Preferencias de Herramientas Digitales) y D2 (Factibilidad de Implementación) tienen una fiabilidad aceptable con un Alfa de Cronbach de 0.728 y un ω de McDonald de 0.745, indicando una buena consistencia interna. Al examinar las estadísticas de fiabilidad de elementos, si se descarta D1, la media aumenta a 83.4 y la desviación estándar a 46.2, mientras que el Alfa de Cronbach se incrementa a 0.775. Si se descarta D2, la media disminuye a 76.0 y la desviación estándar a 35.4, con una reducción del Alfa de Cronbach a 0.455. Esto sugiere que D1 contribuye más significativamente a la fiabilidad general de la escala comparado con D2.

Fiabilidad entre dimensiones de estudio

Tabla 3. Fiabilidad de escala D1 – D2.

Estadísticas de Fiabilidad de Escala				
	Media	DE	Alfa de Cronbach	ω de McDonald
escala	79.7	36.5	0.728	0.745

Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad de elemento D1 – D2.

	Media	DE	Correlación del elemento con otros	Si se descarta el elemento	
				Alfa de Cronbach	ω de McDonald
D1	83.4	46.2	0.593	0.775	0.00
D2	76.0	35.4	0.593	0.455	0.00

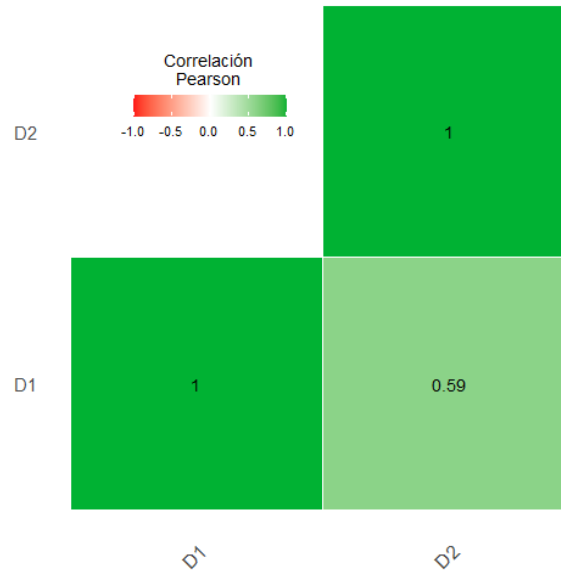


Figura 9. Mapa de correlación de calor D1 – D2.

Fiabilidad de indicadores

La estadística entre los indicadores muestra una alta fiabilidad general de la escala, con un Alfa de Cronbach de 0.843 y un ω de McDonald de 0.861, lo que indica una excelente consistencia interna. Al examinar las estadísticas de fiabilidad de elementos, si se descarta el Indicador 1 (Preferencia y Uso de Mensajería Instantánea), la media aumenta a 90.8 y la desviación estándar a 50.0, con un Alfa de Cronbach ligeramente menor de 0.819. Si se descarta el Indicador 3 (Frecuencia y Preferencia en Atención en Línea), el Alfa de Cronbach disminuye significativamente a 0.771, lo que sugiere que este indicador es crucial para la fiabilidad de la escala.

Los otros indicadores (Uso de Herramientas Digitales en Atención al Cliente, Seguridad y Confianza en Servicios Digitales, y Capacidad de Respuesta y Eficiencia) también muestran correlaciones sólidas con el conjunto de elementos, pero su exclusión tiene un menor impacto en la fiabilidad total. Esto indica que todos los indicadores contribuyen de manera significativa a la consistencia interna de la escala, con el Indicador 3 siendo especialmente importante.

Tabla 5. Estadística de fiabilidad de escala I1 - I2 - I3 - I4 - I5

Estadísticas de Fiabilidad de Escala				
	Media	DE	Alfa de Cronbach	ω de McDonald
escala	79.0	32.0	0.843	0.861

Tabla 6. Estadística de fiabilidad de elemento I1 - I2 - I3 - I4 - I5

Estadísticas de Fiabilidad de Elemento					
Si se descarta el elemento					
	Media	DE	Correlación del elemento con otros	Alfa de Cronbach	ω de McDonald
I1	90.8	50.0	0.652	0.819	0.838
I2	76.0	43.0	0.557	0.838	0.855
I3	76.0	36.9	0.812	0.771	0.813
I4	76.0	40.0	0.543	0.839	0.859
I5	76.0	32.0	0.779	0.790	0.820

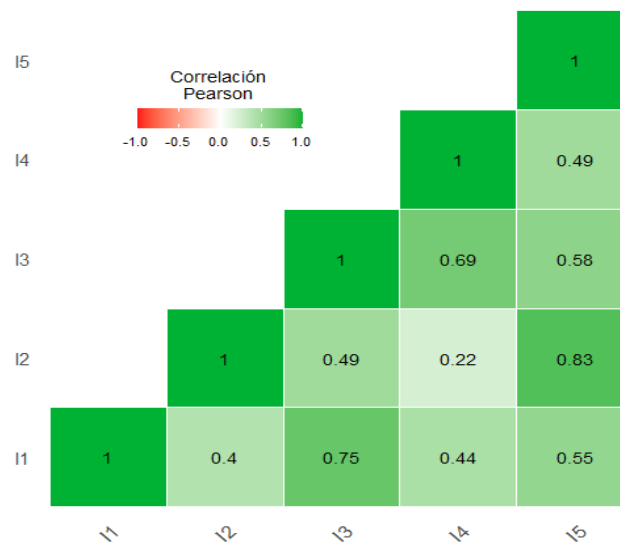


Figura 9. Mapa de correlación de calor I1 - I2 - I3 - I4 - I5

Gráficas Q-Q de las dimensiones e indicadores de estudio

Las gráficas de las dos dimensiones "Uso y Preferencias de Herramientas Digitales" (D1) y "Factibilidad de Implementación" (D2) reflejan que los datos se distribuyen de manera aproximadamente normal. En ambas dimensiones, los puntos en las gráficas QQ se alinean razonablemente cerca de la línea diagonal, indicando que las distribuciones de los datos no presentan desviaciones significativas de la normalidad. Esta normalidad

en la distribución de los datos sugiere que las respuestas a las preguntas del cuestionario son homogéneas y que los datos recopilados son fiables y válidos para realizar inferencias estadísticas.

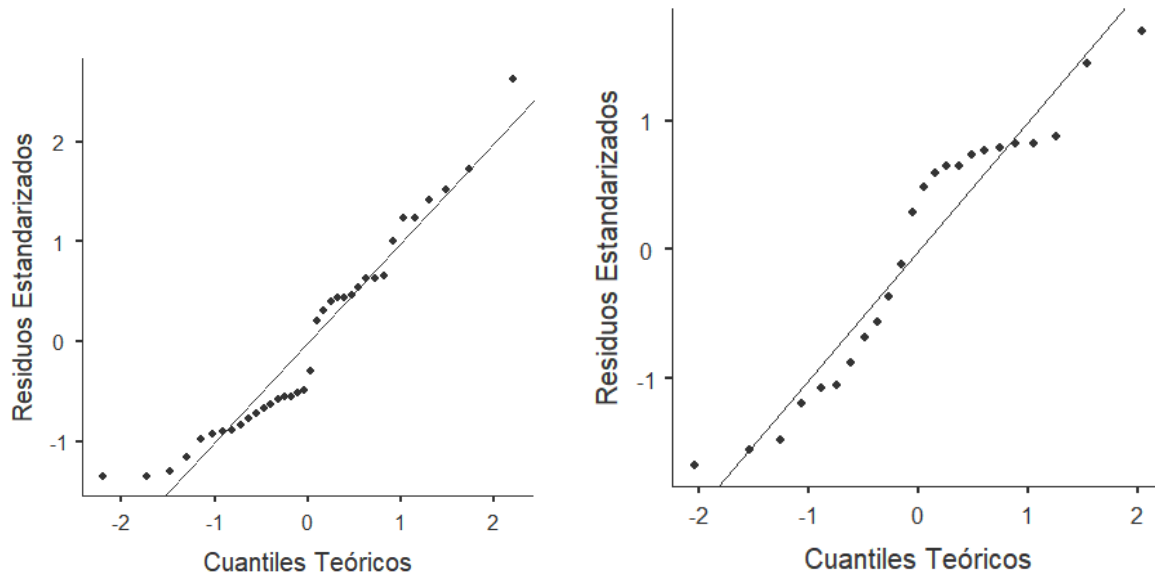


Figura 11. Gráfica Q-Q de las D1 y D2

Las gráficas QQ de los cinco indicadores específicos, que incluyen la Preferencia y Uso de Mensajería Instantánea (I1), el Uso de Herramientas Digitales en Atención al Cliente (I2), la Frecuencia y Preferencia en Atención en Línea (I3), la Seguridad y Confianza en Servicios Digitales (I4), y la Capacidad de Respuesta y Eficiencia (I5), muestran una alineación general con la línea de normalidad, aunque con algunas ligeras desviaciones en los extremos. Esto sugiere que, aunque la mayoría de los datos siguen una distribución normal, pueden existir algunas variaciones individuales en las respuestas. Sin embargo, en general, los indicadores presentan una buena consistencia y los datos son adecuados para análisis estadísticos posteriores, proporcionando una base sólida para evaluar la implementación de la plataforma digital con canales virtuales NAF.

Conclusiones

La investigación sobre la viabilidad de una plataforma digital con canales virtuales para el Núcleo de Apoyo Fiscal (NAF) de la UTC en Latacunga concluye que, aunque un porcentaje considerable de los usuarios enfrenta dificultades en el uso de herramientas digitales, existe un reconocimiento generalizado de su potencial para mejorar la calidad y eficiencia del servicio. A través de un enfoque mixto, que combinó métodos cualitativos y cuantitativos, se logró una comprensión integral de las percepciones y experiencias tanto de autoridades como de usuarios del NAF. Las entrevistas con las autoridades proporcionaron perspectivas valiosas sobre la implementación tecnológica, mientras que las encuestas ofrecieron datos cuantificables que evidencian patrones y tendencias en la aceptación de los canales virtuales propuestos. Los resultados sugieren que es crucial implementar estrategias que aumenten la accesibilidad tecnológica y la

confianza de los usuarios, enfatizando la importancia de preparar a los estudiantes para un entorno laboral que demanda competencias digitales. La investigación destaca por su fundamentación teórica robusta y el uso de herramientas estadísticas, lo que refuerza la claridad y comprensión de los hallazgos, sentando las bases para futuros desarrollos en el ámbito del NAF y la digitalización de servicios públicos.

Referencias

- Alaña Castillo, T. P., Gonzaga Añazco, S. J., & Yáñez Sarmiento, M. M. (2018). Gestión tributaria a microempresarios mediante la creación del centro de asesoría caso: Umet sede Machala. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 62-76. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000200084&script=sci_arttext
- Blausto, J. (2019). *Buenas prácticas para el desarrollo de los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF)*. Obtenido de Eurosocial: <https://eurosocial.eu/wp-content/uploads/2019/04/03-coleccion-eurosocial-desarrollo-naf.pdf>
- Cantos Figueroa, M. d., Moreira Cañarte, M. K., & Padilla Hidalgo, M. M. (2021). Núcleo de apoyo contable y financiero de la Universidad Estatal del Sur de Manabí en servicio a la comunidad en tiempos de emergencia sanitaria covid-19. *Revista Publicando*, 8(31), 427-447. doi:<https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2261>
- Hidalgo Achig, M. F., Salguero Núñez, S., Sandoval Cárdenas, M., & Iza Garnica, J. (2021). Teleeducación: Brecha digital una realidad palpable: una mirada desde la comunidad educativa. *Horizontes*, 5(21), 216-232. doi:<https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i21.298>
- Rodríguez Carmona, A. (2021). *El potencial de los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) como palanca de inclusión social*. Obtenido de Eurosocial: https://eurosocial.eu/wp-content/uploads/2021/03/2_18_EL-POTENCIAL_NAF_DOCUMENTO-FINAL-PARA-LA-WEB_compressed.pdf
- Servicio de Rentas Internas SRI. (2024). *Mapa de núcleos de apoyo fiscal y contable*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/mapa-nucleos-de-apoyo-fiscal-y-contable>
- Servicio de Rentas Internas SRI. (2024). *Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal NAF*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/nucleos-de-apoyo-contable-y-fiscal-naf>
- Universidad del Azuay. (2023). *Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal Universidad del Azuay*. Obtenido de <https://naf.uazuay.edu.ec/servicio>
- Villacís, B., & Carrillo, D. (2019). *.País atrevido: la nueva cara sociodemográfica del Ecuador*. Obtenido de INEC Analítica: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf>