

Economía Circular, Finanzas, Emprendimiento e Innovación

CIAFEIN

III Congreso Internacional de Administración, Finanzas, Emprendimiento e Innovación

28, 29 y 30 de noviembre del 2022

Jipijapa, Ecuador



**Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación**

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

Olga Quiñonez Guagua
Anghelo Guerrero Quiñonez
Nathaly Guerrero Quiñonez
Yonaiker Navas Montes
Diego Melo Pérez
Wilson Germán Nieto Aguilar
Iván Aldaz Yépez
Andrés Luna Montalvo
Jeannina Maribel Minga Ayabaca
Harold Stalin Quiñonez Francis
Mirian Noirmandy Quiñonez Francis
Gema Viviana Carvajal Zambrano
Frank Ángel Lemoine Quintero
Eduardo Antonio Caicedo Coello
María Del Mar Hidalgo Cedeño
Diana Katiuska Peña Ponce
Luis Anderson Argothy Almeida
Mishell Córdova
Hebandreyna González García
Andrés Ultreras Rodríguez
José David Martínez Castro
Liberato Cervantes Martínez
Cynthia Michel Olguín Martínez
Rubén Darío Ramos Grijalva

Lourdes Ortega Maldonado
Jorge Ignacio Chiriboga Molina
Betty Janeth Soledispa Cañarte
Tibisay Milene Lamus De Rodríguez
Erick Joel García-Parrales
Karina Lourdes Santistevan Villacreses
Jonathan José Domínguez Vélez
Ángel Fortunato Bernal Álava
Ricardo Antonio Solorzano Abata
Blanca Soledad Indacochea Ganchozo
Isabel Mariana Flores Anchundia
William Patricio Proaño Ponce
Robinson Jesús Cedeño Laz
Lady Tatiana Catagua Lucas
Erika Alexandra Delgado Orlando
Yomira Lilibeth Solís Barreto
Cristian Rogelio Cañarte Vélez
Ángela Mercedes Cedeño Bermello
Christian Rafael Orozco Suárez
Patric Hollenstein
Candy Mariela Cedeño Fariás
Ivonne Roxanna Chong Delgado
Fanny Patricia Chica Fariás



**Administración de
EMPRESAS**

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

AUTORES INVESTIGADORES

Olga Quiñonez Guagua

Doctora en Ciencias Sociales Mención Gerencia;
Magíster en Administración de Empresas;
Ingeniera en Administración Pública;
Tecnóloga en Administración Pública;
Universidad Técnica Luis Vargas Torres; Esmeraldas; Ecuador;
olga.quinonez@utelvt.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0001-7415-8466>

Anghelo Josue Guerrero Quiñonez

Magister en gestión de Riesgos mención en
Prevención de Riesgos Laborales;
Medico Integral Comunitario;
Universidad Técnica Luis Vargas Torres; Esmeraldas; Ecuador;
<https://orcid.org/0000-0002-3253-685X>

Nathaly Guerrero Quiñonez

Ingeniera Biotecnóloga;
Universidad Técnica Luis Vargas Torres; Esmeraldas; Ecuador;
<https://orcid.org/0000-0003-1789-3936>

Yonaiker Navas Montes

Doctora en Ciencias Pedagógicas;
Doctora Honoris Causa por la Universidad de Grendall, en Florida;
Maestría en Educación, mención Educación Superior;
Licenciada en Contaduría Pública;
Universidad Estatal Península de Santa Elena; La Libertad; Ecuador;
ynavas@upse.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0002-9059-3879>

Diego Melo Pérez

Magíster en Comunicación;
Licenciado en Comunicación con mención en Periodismo para radio, prensa
y televisión; Universidad de las Américas; Quito; Ecuador;
diego.melo@udla.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0002-2509-0589>

Wilson Germán Nieto Aguilar

Máster Universitario en Investigación de Mercado;
Máster en Marketing; Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing;
Universidad Israel; Quito; Ecuador;
wnieto@uisrael.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0003-3971-5479>

Iván Aldaz Yépez

Diploma Superior: Editor de medios impresos en el siglo XXI;
Máster Universitario en Periodismo y Comunicación Digital;
Máster en Periodismo de Agencia; Licenciado en Comunicación Social con
Especialidad en Desarrollo; Universidad Central del Ecuador; Quito; Ecuador;
ipaldaz@uce.edu.ec;
<https://orcid.org/0009-0004-1903-1760>

Andrés Luna Montalvo

PhD. en Investigación Educativa; Magister en Comunicación;
Diploma Superior en Docencia Universitaria;
Licenciado en Comunicación Social con Especialidad en Desarrollo;
Universidad Central del Ecuador; Quito; Ecuador;
aaluna@uce.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0003-4188-3869>

Jeannina Maribel Minga Ayabaca

Ingeniera en Administración de Empresas;
Magister en Administración Pública; Doctorando en Investigación;
Instituto Tecnológico Internacional Universitario;
Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui;
Universidad Tecnológica Israel; Quito; Ecuador;
<https://orcid.org/0000-0002-2023-407X>

Harold Stalin Quiñonez Francis

Magister en Administración de Empresas;
Diploma Superior en Docencia Universitaria;
Magister en Educación Mención en Psicodidáctica;
Especialista en Derecho Procesal Penal;
Diploma Superior en Gestión Integral de Riesgos y Desastres;
Doctor en Contabilidad y Auditoría; Licenciado en Contabilidad y Auditoría;
Abogado de los Tribunales y Juzgados de la Republica del Ecuador;
Universidad Técnica " Luis Vargas Torres " de Esmeraldas;
Esmeraldas; Ecuador;
harold.quinonez@utelvt.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0002-7537-4838>

Mirian Noirmandy Quiñonez Francis

Técnico en Monitoreo Ambiental; Analista de Control Pesquero M.A.y P.;
Analista de Respuesta de la Secretaria de Gestión de Riesgo; Bióloga;
Universidad Técnica " Luis Vargas Torres " de Esmeraldas;
Esmeraldas; Ecuador;
miriam.quinonez.francis@utelvt.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0003-3711-4098>

Gema Viviana Carvajal Zambrano

Magister en Administración de Empresas con mención en Marketing;
Diplomado en Marketing; Ingeniera Comercial con mención en Proyectos de
Inversión; Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí; Esmeraldas; Ecuador;
Bahía de Caráquez; Ecuador;
gema.carvajal@uleam.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0001-8451-9683>

Frank Ángel Lemoine Quintero

Doctor en Ciencias Económicas;
Master en Administración de Negocios;
Ingeniero en Telecomunicaciones; Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí;
Bahía de Caráquez; Ecuador;
frank.lemoine@uleam.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0001-8885-8498>

Eduardo Antonio Caicedo Coello

Magister en Educación y Desarrollo Social;
Doctor en Ciencias Pedagógicas;
Especialista en Diseño Curricular por Competencia;
Licenciado en Ciencias de la Educación. Espec. Física y Matemáticas;
Profesor De Segunda Enseñanza Espec Física y Matemáticas;
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí; Bahía de Caráquez; Ecuador;
eduardo.caicedo@uleam.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0003-3057-7591>

María Del Mar Hidalgo Cedeño

Magister en Administración de Empresas; Ingeniera en Contabilidad y Auditoría;
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí; Bahía de Caráquez; Ecuador;
maria.hidalgo@uleam.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0002-8899-0461>

Diana Katuska Peña Ponce

Doctor en Ciencias Económicas;
Máster en Gestión Ambiental; Economista, Tecnólogo programador;
Diploma Superior en Liderazgo Educativo;
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;
diana.pena@unesum.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0003-2382-673X>

Luis Anderson Argothy Almeida

PhD en Economía de la Empresa;
Máster en Economía y Gestión Empresarial;
Máster en Economía y Gestión de la Innovación Programa Interuniversitario;
Economista; Universidad Técnica de Ambato; Ambato; Ecuador;
la.argothy@uta.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0003-4887-1625>

Mishell Córdova

Estudiante de la Universidad Técnica de Ambato;
Ambato; Ecuador;
jcordova6871@uta.edu.ec

Hebandreyna González García

Doctora en Educación; Doctora en Ciencias Agrarias;
Magíster en Horticultura mención Fruticultura;
Ingeniera de la Producción Agropecuaria; UNESUR, Venezuela;
gonzalezh@unesur.edu.ve;
<https://orcid.org/0000-0001-9622-1139>

Andrés Ultreras Rodríguez

Lic. en Contaduría Pública e Informática;
Magister en Finanzas; Doctor en Pedagogía (Candidato);
Universidad Autónoma de Sinaloa; México
andresultreras@uas.edu.mx;
<https://orcid.org/0000-0003-0621-9508>

José David Martínez Castro

Doctor Gerencia y Política Educativa, Asesor ECO;
Coordinador Académico Maestría Finanzas y Fisca;
Integrante Comisión Docencia ROC de IMCP;
Instituto Irapuato;
jose_martinez@correo.uir.edu.mx;
<https://orcid.org/0000-0003-3792-8198>

Liberato Cervantes Martínez

Doctor en Ciencias de la Administración;
Universidad Autónoma de Sinaloa; México;
liberatocervantes@uas.edu.mx;
<https://orcid.org/0000-0003-3501-7059>

Cynthia Michel Olguín Martínez

Licenciada En Contaduría Pública; Magister en Finanzas;
Doctorado en Educación (Estudiante);
Universidad Autónoma de Sinaloa; México;
cynthiaolguin@uas.edu.mx;
<https://orcid.org/0000-0002-8886-3892>

Rubén Darío Ramos Grijalva

PHD en Comunicación y desarrollo organizacional;
Socio Fundador Facultad Online; Socio Fundador Asociación Ecuatoriana de
Comunicación Interna y director académico Instituto Tecnológico Superior
Cuest TV; Universidad de Especialidades Turísticas; Quito; Ecuador;
rmos@udet.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0003-2611-8579>

Lourdes Ortega Maldonado

Máster en Agrobiotecnología;
Máster en Gerencia de Innovaciones Educativas;
Ingeniera Agropecuaria; Universidad Estatal Península de Santa Elena;
La Libertad, Ecuador;
lortega@upse.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-7869-0791>

Jorge Ignacio Chiriboga Molina

Máster en Dirección de Marketing Digital y Social;
MBA en Dirección y Administración de Empresa;
Ingeniero Comercial; Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí;
Manta , Ecuador
j.nacho@hotmail.es;
<https://orcid.org/0000-0002-4005-6565>

Betty Janeth Soledispa Cañarte

Doctora en Ciencias Económicas;
Magíster en Gerencia Proyectos Educativos y Sociales;
Diploma Superior en Autoevaluación y Acreditación Universitaria;
Diploma Superior en Diseño de Proyectos;
Diploma Superior en Liderazgo y Gerencia; Especialización
“Formación de Investigadores Científicos; Licenciada en Ciencias de la
Educación; Contador en Ciencias de Comercio y Administración;
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;
betty.soledispa@unesum.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0002-2268-8227>

Tibisay Milene Lamus De Rodríguez

Doctora en Lingüística;
Doctora en Ciencias Pedagógicas; Licenciada en Educación,

mención Lengua y Literatura; Universidad Estatal de Milagro;
Milagro; Ecuador;
tlamus@unemi.edu.ec,
<https://orcid.org/0000-0002-2677-7059>

Erick Joel García-Parrales

Maestría en Alta Dirección; Economista;
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;
erijael97@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-7478-749X>

Karina Lourdes Santistevan Villacreses

Ingeniera Comercial, Doctora en Ciencias Administrativas,
Docente, Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador;
karina.santistevan@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3085-1151>.

Jonathan José Domínguez Vélez

Estudiante en Administración de Empresas;
Facultad de Ciencias Económicas;
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;
dominguez-jonathan4141@unesum.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0003-3786-8738>.

Ángel Fortunato Bernal Álava

Doctor en Educación; Magister en Gerencia Educativa;
Diploma Superior en Innovación Educativa;
Licenciado en Ciencias de la Educación mención Educación Básica;
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;
angel.bernal@unesum.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0002-9212-1234>

Ricardo Antonio Solorzano Abata

Técnico en comercio y administración con mención en aplicaciones
informáticas; Estudiante de segundo semestre de la carrera de
Administración de Empresas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa; Ecuador;
solorzano-ricardo6703@unesum.edu.ec;

Blanca Soledad Indacochea Ganchozo

PhD y Posdoctorado en Docencia e Investigación;
Doctora en Ciencias Forestales;
Magister en Gestión Ambiental, en Administración de Empresas,
en Agroecología; Diplomado en Evaluación y Acreditación;
Ingeniera Forestal; Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;
solorzano-ricardo6703@unesum.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0003-4741-2435>

Isabel Mariana Flores Anchundia

Licenciada en Ciencias de la Educación mención educación general básica;
Docente de la Unidad Educativa José Luis Choez Chancay

William Patricio Proaño Ponce

Doctor en Ciencias Económicas;
Máster en Dirección Estratégica Especialidad en Tecnologías de la Informa-
ción; Máster en Desarrollo Local en Desarrollo Rural;
Analista de Sistemas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí;
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;
william.ponce@unesum.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0001-9798-9780>

Robinson Jesús Cedeño Laz

Egresado de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Estatal
del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;
cedeno-robinson3273@unesum.edu.ec;

Lady Tatiana Catagua Lucas

Ingeniera Comercial, mención en Comercio Exterior de la Universidad Estatal
del Sur de Manabí; Maestría en educación; Sindicato de Choferes;
<https://orcid.org/0000-0002-7096-5313>

Erika Alexandra Delgado Orlando

Ingeniera Comercial, Especialización Mayor Negocios Internacionales y
Especialización Menor Marketing y Ventas;
Maestría en Administración Pública;
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;

Yomira Lilibeth Solis Barreto

Master Universitario en Dirección,
Gestión y Emprendimiento de Centros y Servicios Sociosanitarios;
Ingeniera Comercial; Universidad Estatal del Sur de Manabí,
Jipijapa, Ecuador;
yomira.solis@unesum.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0003-2993-6710>

Cristian Rogelio Cañarte Vélez

Doctor en Ciencias Forestales; Máster en Gestión Ambiental;
Ingeniero Agrónomo; Universidad Estatal del Sur de Manabí;
Jipijapa; Ecuador; cristian.canarte@unesum.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0002-3621-6300>

Ángela Mercedes Cedeño Bermello

Egresada de la carrera de Administración de Empresas,
Facultad Ciencias Económicas de la
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;
cedeno-angela4377@unesum.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0001-8818-7372>

Christian Rafael Orozco Suárez

Doctor Dentro del Programa en Doctorado en Economía;
Master Universitario en Economía Internacional y Desarrollo;
Graduado en Economía; Universidad Central del Ecuador;
<https://orcid.org/0000-0003-0139-7911>

Patric Hollenstein

Universidad Central del Ecuador;
phollenstein@uce.edu.ec;
<https://orcid.org/0000-0002-1416-3404>

Candy Mariela Cedeño Farías

Magister en Educación; Magister en Educación
mención en Pedagogía en Entornos Digitales;
Licenciada en Análisis de Sistemas;
Escuela de Educación Básica Antonio Uscocovich;
kandymariela1@gmail.com;
<https://orcid.org/0000-0002-3884-3922>

Ivonne Roxanna Chong Delgado

Magister en Administración de Empresas;

Contador Público; Economista;

Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa; Ecuador;

ivonne.chong@unesum.edu.ec;

<https://orcid.org/0000-0002-2373-2090>

Fanny Patricia Chica Farías

Magister en Educacion;

Licenciada en Ciencias de la educacion especialidad Educacion Primaria;


Escuela Arq. Jaime Pólit Alcívar.

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación


**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

COMITÉ CIENTÍFICO


Carlos Artemidoro Zea Barahona

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa, Ecuador
 <https://orcid.org/0000-0001-7546-7148>


Dewis Edwin Alvarez Pincay

Director de Carrera de Administración
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa, Ecuador
 <https://orcid.org/0000-0001-5092-7101>

Vanessa Pamela Quishpe Morocho

Directora Académica Mawil
Ediciones Mawil; Quito, Ecuador
 <https://orcid.org/0000-0001-7578-8195>

Ángel Fortunato Bernal Álava

Docente coordinador del evento académico
Universidad Estatal del Sur de Manabí; Jipijapa, Ecuador
 <https://orcid.org/0000-0002-9212-1234>

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

REVISORES ACADÉMICOS

Daniel Ortega Pacheco

Master of Science In Agricultural Economics;
Doctor of Philosophy In Public Policy;
Ingeniero Agrónomo; Escuela Superior Politécnica del Litoral;
Guayaquil, Ecuador
daviorte@espol.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-7678-5826>

Fausto Arturo Benítez Troya

Máster en Finanzas y Proyectos Corporativos; Economista;
Facultad de Ingeniería Industrial;
Universidad de Guayaquil; Guayaquil, Ecuador
fausto.benitez@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-4464-0176>

Catálogo Bibliográfico

Olga Quiñonez Guagua
Anghelo Guerrero Quiñonez
Nathaly Guerrero Quiñonez
Yonaker Navas Montes
Diego Melo Pérez
Wilson Germán Nieto Aguilar
Iván Aldaz Yépez
Andrés Luna Montalvo
Jeannina Maribel Minga Ayabaca
Harold Stalin Quiñonez Francis
Miriam Noirmandy Quiñonez Francis
Cenia Viviana Carvajal Zambrano
Frank Angel Lemoine Quintero

Eduardo Antonio Caicedo Coello
María Del Mar Hidalgo Cedeño
Diana Katuska Peña Ponce
Luis Anderson Argothy Almeida
Mishell Córdova
Hebandreyna González García
Andrés Ultras Rodríguez
José David Martínez Castro
Liberato Cervantes Martínez
Cynthia Michel Olguín Martínez
Rubén Darío Ramos Crijalva
Lourdes Ortega Maldonado
Jorge Ignacio Chiriboga Molina

Betty Janeth Soledispa Caiarte
Tibisay Milene Lamus De Rodríguez
Erick Joel García-Parrales
Karina Lourdes Santistevan Villacreses
Jonathan José Domínguez Vélez
Ángel Fortunato Bernal Álava
Ricardo Antonio Solorzano Abata
Blanca Soledad Indacochea Ganchozo
Isabel Mariana Flores Anchundia
William Patricio Proaño Ponce
Robinson Jesús Cedeño Laz
Lady Tatiana Catagua Lucas
Erika Alexandra Delgado Orlando

Yomira Lilibeth Solís Barreto
Cristian Rogelio Caiarte Vélez
Ángela Mercedes Cedeño Bermello
Christian Rafael Orozco Suárez
Patric Hollenstein
Candy Mariela Cedeño Fariás
Ivonne Roxanna Chong Delgado
Fanny Patricia Chica Fariás

AUTORES:

Título: Economía Circular, Finanzas, Emprendimiento e Innovación

Evento: III Congreso Internacional de Administración, Finanzas, Emprendimiento e Innovación
28, 29 y 30 de noviembre del 2022, Jipijapa, Ecuador

Descriptor: Ciencias Económicas; Economía mixta; Política financiera; Innovación y desarrollo.

Código UNESCO: 5308 Economía General

Clasificación Decimal Dewey/Cutter: 330/Q46

Área: Ciencias Administrativas

Edición: 1^{era}

ISBN: 978-9942-622-49-5

Editorial: Mawil Publicaciones de Ecuador, 2023

Ciudad, País: Quito, Ecuador

Formato: 148 x 210 mm.

Páginas: 305

DOI: <https://doi.org/10.26820/978-9942-622-49-5>

Texto para docentes y estudiantes universitarios

El proyecto didáctico **Economía Circular, Finanzas, Emprendimiento e Innovación del III Congreso Internacional de Administración, Finanzas, Emprendimiento e Innovación**, es una obra colectiva escrita por varios autores y publicada por MAWIL; publicación revisada por el equipo profesional y editorial siguiendo los lineamientos y estructuras establecidos por el departamento de publicaciones de MAWIL de New Jersey.

© Reservados todos los derechos. La reproducción parcial o total queda estrictamente prohibida, sin la autorización expresa de los autores, bajo sanciones establecidas en las leyes, por cualquier medio o procedimiento.



Usted es libre de:
Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato.
Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente.

Director Académico: Ph.D. Lenin Suasnabas Pacheco

Dirección Central MAWIL: Office 18 Center Avenue Caldwell; New Jersey # 07006

Gerencia Editorial MAWIL-Ecuador: Mg. Vanessa Pamela Quishpe Morocho

Dirección de corrección: Mg. Ayamara Galanton.

Editor de Arte y Diseño: Lic. Eduardo Flores, Arq. Alfredo Díaz

Corrector de estilo: Lic. Marcelo Acuña Cifuentes

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

Índices

Contenidos



Prólogo

Introducción

Capítulo I.

Tendencias de Metodologías Científicas en las Áreas de Emprendimiento e Innovación, Gestión Administrativa, Empresarial y Economía Circular

Emprendimientos Familiares y su aporte en la Economía de las Comunidades del Cantón Sucre

Ing. Gema Viviana Carvajal Zambrano MBA

Dr. Frank Ángel Lemoine Quintero PhD

Dr. Eduardo Antonio Caicedo Coello PhD

Ing. María del Mar Hidalgo Cedeño MBA

Calidad y Gestión de Calidad en el Proceso Productivo y Administrativo de un frigorífico

Hebandreyra González García

Análisis de la Competitividad del Turismo Comunitario y su Impacto Económico en la Parroquia Rural Pedro Pablo Gómez

Santistevan Villacreses Karina Lourdes

Domínguez Vélez Jonathan José

Estructura Organizacional y Desempeño Participativo en la “Asociación de Agricultores 11 de Octubre”

Yomira Lilibeth Solis Barreto

Cristian Rogelio Cañarte Vélez

Ángela Mercedes Cedeño Bermello

Exportación de Productos no Tradicionales del Ecuador a Diferentes Países

Ángel Fortunato Bernal Álava

Ricardo Antonio Solorzano Abata

Blanca Soledad Indacochea Ganchozo

Estrategia de Gestión Administrativa en los Procesos Sustantivos de la Administración de Mercados Municipales de Jipijapa

Erika Delgado Orlando

Calidad de Atención y Satisfacción al Usuario en el Sector Salud del Ecuador

Ivonne Roxanna Chong Delgado

Capítulo II

Herramientas Tecnológicas en la Investigación Científica

Origen y Aspectos Económicos - Administrativos de las Criptomonedas

M.F. Andrés Ultreras Rodríguez

Dr. José David Martínez Castro

Dr. Liberato Cervantes Martínez

M.C. Cynthia Michel Olguín Martínez

Irrupción del Blockchain y su Convergencia Tecnológica en Investigación de Mercados: Impactos Academia-Empresa en Ecuador

Betty Janeth Soledispa-Cañarte

Tibisay Milene Lamus De Rodríguez

Erick Joel García-Parrales

La Estrategia del Salmón: Avatares y desvelos de una Revista Económica

Christian Orozco

Patric Hollenstein

Capítulo III

Finanzas y Economía como Herramientas de Desarrollo Investigativo, Político y Social

Turismo Sostenible en Ecuador: del Desarrollo Económico al Desarrollo Sustentable

Quiñonez Guagua Olga

Guerrero Quiñonez Anghelo

Guerrero Quiñonez Nathaly

Dinámica de Consumo y Mercadeo en el Ecuador para la Copa Mundial de la FIFA Catar 2022

Diego Melo Pérez

Iván Aldaz Yépez

Wilson Nieto Aguilar

Andrés Luna Montalvo

Emprendimiento Sostenible y Sustentable en Ecuador

Janina Minga A

Modernidad Líquida o Realidad Gaseosa: una Mirada desde el Sector Empresarial

Quiñonez Francis Harold Stalin

Quiñonez Francis Mirian Noirmandy

Estrategia de Internacionalización y Crecimiento de Mercado de Fibra de Coco de la Hacienda Ayampe

Diana Katuska Peña

Percepción de la Ciudadanía con Relación a la Gestión de las Instituciones Gubernamentales y la Necesidad de Gestionar Eficientemente la Percepción de las Entidades Gubernamentales:

“Un Estudio Descriptivo en el Ecuador”

Rubén Darío Ramos Grijalva

Wilson Germán Nieto Aguilar

Universidad Transferencia de Conocimiento-Tecnología e Innovación

Anderson Argothy

Mishell Córdova

Las TIC, Determinantes en la Mejora de la Cultura Tributaria del Cantón Jipijapa

William Patricio Proaño Ponce

Robinson Jesús Cedeño Laz

Educación Vial y Estrategias Didácticas Aplicadas

Lady Tatiana Catagua Lucas

Capítulo IV

La Educación, Oportunidades y Retos en las Áreas de Emprendimiento e Innovación

Incidencia de los Hábitos de Estudio en el Rendimiento Académico

Flores Anchundia Isabel Mariana

Aplicación de la Herramienta Powtoon y el Aprendizaje
Significativo de Lengua y Literatura

Candy Mariela Cedeño Farías

La Práctica del Valor de la Responsabilidad y su
Incidencia en el Rendimiento Escolar de los
Alumnos del Cuarto Año Básico

Fanny Patricia, Chica Farías

Conclusión

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

Índices

Tablas



Tabla 1. Levantamiento de actividad comercial

Tabla 2. Distribución numérica y porcentual por categorías y años

Tabla 3. Distribución por artículo y tema

Tabla 4. Revisión de pares ciegos

Tabla 5. Argumentos comunes Documentos Internacionales sobre Turismo Sostenible

Tabla 6. Modelos de negocio sostenibles y sustentables

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

Índices

Figuras



Figura 1. Histórico de representatividad de actividad comercial 2015/2021

Figura 2. Representación social de concepto de calidad de los trabajadores del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA)

Figura 3. Representación social del concepto de calidad asociado con la estandarización de los procesos productivos del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA)

Figura 4. Representación social de la relación de gestión calidad y calidad de los trabajadores del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA)

Figura 5. Opinión de cómo se considera la calidad en los procesos y productos del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA) de parte de sus trabajadores

Figura 6. Opinión de cómo se considera la calidad en los procesos y productos del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA) de parte de sus trabajadores

Figura 7. Deficiencias consideradas por parte de los trabajadores en la calidad de los procesos y productos del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA)

Figura 8. Conocimiento del Turismo Comunitario en la población

Figura 9. Proyectos que impulsen la actividad turística en la comunidad

Figura 10. Las Asociaciones reciben apoyo por parte de las entidades públicas y privadas

Figura 11. Principales problemáticas que afronta la comunidad frente al Turismo Comunitario

Figura 12. Cantidad de turistas que visitan anualmente la parroquia Pedro Pablo Gómez

Figura 13. Enfoque Sistemático

Figura 14. Estructura Formal

Figura 15. Estructura Informal

Figura 16. Estructura Funcional

Figura 17. Los 14 principios de Henry Fayol

Figura 18. ¿Cómo valora usted la importancia de los componentes de la organización para de producción?

Figura 19. Productos tradicionales y no tradicionales

Figura 20. Exportación de productos al mercado internacional

Figura 21. Destino de la madera

Figura 22. Alianzas

Figura 23. Selección de productos

Figura 24. Topologías de Red

Figura 25. Representación de Blockchain (cadena de bloques)

Figura 26. Impacto de las innovaciones tecnológicas en las empresas

Figura 27. Distribución geográfica

Figura 28. Rediseño desde 2014

Figura 29. Citas e impacto de la Revista Economía según Google Scholar

Figura 30. Dossiers en curso

Figura 31. Llegadas de turistas internacionales por región

Figura 32. Esquema metodológico, detalle de universo y muestra

Figura 33. Composición etaria de los encuestados

Figura 34. Lugar en el que el encuestado mirará el partido inaugural

Figura 35. Presupuesto previsto para gastar el día del partido inaugural

Figura 36. Cuál es la bebida elegida que consumirá durante el partido inaugural

Figura 37. En qué medio de comunicación o plataforma mirará el partido inaugural

Figura 38. Cuál es la intención de suscripción a plataformas de apuesta

Figura 39. Cuántos partidos seguirá durante el mundial

Figura 40. Qué selección considera que se llevará el título del Mundial de Catar 2022

Figura 41. Productos derivados de la estopa de coco

Figura 42. Destinos de productos elaborados por empresas ecuatorianas

Figura 43. Producción de coco

Figura 44. Desperdicio de fibra de coco

Figura 45. Ficha técnica

Figura 46. Composición de la muestra investigada

Figura 47. Orientación sexual

Figura 48. Edad

Figura 49. Estado civil

Figura 50. Zona de residencia

Figura 51. Nivel instruccional

Figura 52. Actividad

Figura 53. Ingresos

Figura 54. Grado de identificación de la ciudadanía con la gestión de las instituciones gubernamentales

Figura 55. Grado de identificación de la ciudadanía con la gestión de las instituciones gubernamentales (cuerpos de seguridad del Estado)

Figura 56. Cultura tributaria

Figura 57. Influencia de las TIC

Figura 58. Señales de tránsito

Figura 59. Nivel de motivación de la asignatura de lengua y literatura

Figura 60. Conocimiento de la Herramienta Powtoon

Figura 61. Nivel de interés a la asignatura de lengua y literatura aumentaría con el uso de la herramienta Powtoon

Figura 62. Uso de las herramientas digitales en la educación

Figura 63. Utilización de powtoon ayudaría en el proceso de aprendizaje significativo

Figura 64. Resultados de la encuesta aplicada al docente

Figura 65. Precisiones teóricas

Figura 66. Promoción de prácticas de valores estudiantiles

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

Prólogo



La búsqueda de la verdad es un principio filosófico, es parte del ser como humano y como elemento de un todo que conocemos hoy como sociedad.

El ser social tiene una responsabilidad con una todo del cual forma parte y es una parte, todo este concepto y aceptación engloba la búsqueda del conocimiento y con la evolución del saber mismo del conocimiento científico inicia con una pregunta problema al cual se le busca una respuesta a través del método.

Sin embargo, a lo largo del desarrollo científico y la evolución social la academia se ha de adaptar a los nuevos tiempos en donde el proceso de difusión del saber se convierte en un elemento fundamental en la adquisición de conocimiento.

Luego de un proceso sin referentes para la gran mayoría de esta generación como lo fue el distanciamiento social provocado por la pandemia de la COVID-19 el saber dio pruebas de que la adquisición de conocimiento pudo frenar su ritmo, pero no se detuvo pues el distanciamiento físico no fue suficiente para aislar al ser social, sin embargo, es parte de la ciencia identificar esos elementos que se mantuvieron, cambiaron, se transformaron o simplemente fenecieron.

Es así, como plataformas científicas muestran una coexistencia entre lo común y lo innovador, es por ello que iniciativas mixtas como la organización de espacios ajustados a la transferencia de conocimientos siempre han de ser de profunda valía para la sociedad del conocimiento.

Se reconoce, no solo la iniciativa de organización de dichos espacios sino la acción de generar conocimiento a través de la investigación, la aplicación del método y por sobre todo la exposición de hallazgos que permiten la construcción de una plataforma de saberes cada vez más accesible y con mayor alcance gracias a los métodos tradicionales de intercambio de información como métodos innovadores como los que han hecho posible los encuentros virtuales a través de espacios tecnológicos de comunicación.

De todo esto resulta la exposición y publicación generada durante el desarrollo del III Congreso Internacional de Administración, Finanzas, Emprendimiento e Innovación.

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

Introducción



La Universidad Estatal del Sur de Manabí y el grupo Editorial MAWIL - Saberes del Conocimiento, convocaron a todos los profesionales y estudiantes nacionales e internacionales a participar del **III Congreso Internacional de Administración, Finanzas, Emprendimiento e Innovación**, celebrado del 28 al 30 de noviembre del 2022 de manera presencial y virtual (Híbrida).

El evento tuvo el propósito de ser un punto de encuentro, debates y comunicación de investigadores y profesionales que trabajan en los campos de la Administración, Finanzas, Economía y Emprendimientos.

Con una invitación extendida a profesionales e investigadores para presentar ponencias individuales, grupales y posters dieron relevancia académica al III Congreso Internacional de Administración, Finanzas, Emprendimiento e Innovación.

Se presentaron 4 ejes temáticos para la presentación de contenidos detallados de la siguiente manera:

A. Tendencias de metodología científica en las áreas de Emprendimiento e Innovación, Gestión Administrativa, empresarial y Economía Circular

En este apartado se presentaron un total de 7 trabajos científicos que abordan temas como Calidad de atención y satisfacción al usuario, Estructura Organizacional y Desempeño Participativo Estrategia de Gestión Administrativa Competitividad, Impacto Económico, Calidad y Gestión de Calidad en el Proceso Productivo y Administrativo y Emprendimientos Familiares y Exportación de Productos No Tradicionales enmarcadas en procesos y experiencias locales y nacionales.

B. Herramientas tecnológicas en la investigación científica

En esta área se reciben 3 trabajos que van desde la exposición de la experiencia científica de publicación de una Revista Científica en el área de Economía, la experiencia del Blockchain y su Convergencia Tecnológica y las Criptomonedas en donde se evidencia la apertura de estos aspectos investigativos en Ecuador.

C. Finanzas y Economía como herramientas de desarrollo investigativo, político y social

Para este bloque de conocimiento se reciben en total 8 trabajos de exposición científica que tratan variables de estudio como Estrategias Didácticas Aplicadas en la Educación vial, Desarrollo Económico y Desarrollo Sustenta-

ble en el área de Turismo, Dinámica de Consumo y Mercadeo, La Cultura Tributaria, Percepción de la ciudadanía en la Gestión Institucional, Modernidad desde el Sector Empresarial Ecuatoriano, Estrategia de Internacionalización y Crecimiento de Mercado y Emprendimiento Sostenible y Sustentable en Ecuador. Como se puede observar, este campo de presentación de trabajos tiene que ver con variables macroeconómicas y su impacto en la Economía interna del país.

D. La educación, oportunidades y retos en las áreas de Emprendimiento e Innovación

Finalizando el espacio de discusión se presentan 4 producciones científicas que discuten temas relacionados a la Práctica del Valor De La Responsabilidad, Rendimiento Escolar y Académico, Aplicación de la herramienta powtoon, Aprendizaje significativo, Hábitos de Estudio Transferencia de Conocimiento-Tecnología e Innovación cerrando así los temas de estudio con la aplicación de estrategias de evaluación de variables que permiten valorar la significancia educativa y académica.

Se presenta entonces, individualmente los temas de discusión presentados por los participantes del congreso, materializando la cosecha bibliográfica de la experiencia investigativa de este espacio.

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación

Capítulo

I

*Tendencias de Metodologías
Científicas en las Áreas
de Emprendimiento e Innovación,
Gestión Administrativa, Empresarial
y Economía Circular*



Emprendimientos Familiares y su aporte en la Economía de las Comunidades del Cantón Sucre

Ing. Gema Viviana Carvajal Zambrano MBA; Dr. Frank Ángel Lemoine Quintero PhD; Dr. Eduardo Antonio Caicedo Coello PhD; Ing. María del Mar Hidalgo Cedeño MBA

Resumen

El objetivo de este estudio es realizar un análisis a nivel de contribución de las actividades de transferencia de conocimiento que ejecutan el binomio estudiante – docentes en las prácticas de vinculación con la sociedad. La investigación se sustenta en contribuir al desarrollo sustentable y socioeconómico de los emprendimientos que existen en las comunidades del cantón Sucre con el objetivo de plasmar una filosofía de servicio, propiciándole su crecimiento, facilitándole la comprensión de sus funciones y el cumplimiento de normas que indica el estado, además de definir estrategias funcionales para los emprendimientos a través de procesos administrativos, además medir los impactos o resultados con la finalidad de monitorear la aplicación de las nuevas herramientas digitales y los conocimientos adquiridos. El método observación permitió definir las causas y efectos de la situación existente en los emprendimientos a través de grupo de experto y el estudio del entorno. El método estadístico descriptivo admitió realizar un levantamiento como línea base de la investigación, donde las comercios o tiendas barriales representó el 22% del total de locales, seguido por locales de gastronómicos que incluye a comedores y restaurantes con un 16% de representatividad y la existencia de otros negocios de moda y belleza con un 12.3%. Se concluye que la actividad de vinculación ha ejercido un papel importante a través de la transferencia del conocimiento y el fortalecimiento de los emprendimientos en la comunidades objeto estudios.

Palabras claves: Emprendimiento, Economía, Comunidades.

Abstract

The objective of this study is to carry out an analysis at the level of contribution of the knowledge transfer activities carried out by the student-teacher pairing in the practices of linking with society. The research is based on contributing to the sustainable and socioeconomic development of the enterprises that exist in the communities of the Sucre canton with the aim of embodying a philosophy of service, promoting its growth, facilitating the understanding of its functions and compliance with the standards indicated by the state, in addition to defining functional strategies for the ventures through administrative processes, as well as measuring the impacts or results in order to monitor the application

of the new digital tools and the knowledge acquired. The observation method allowed defining the causes and effects of the existing situation in the ventures through an expert group and the study of the environment. The descriptive statistical method allowed carrying out a survey as a baseline of the investigation, where neighborhood businesses or stores represented 22% of the total number of premises, followed by gastronomic establishments that included diners and restaurants with 16% representation and the existence of other fashion and beauty businesses with 12.3%. It is concluded that the linking activity has played an important role through the transfer of knowledge and the strengthening of enterprises in the communities under study.

Keywords: Entrepreneurship, Economy, Communities.

Introducción

La historia ha evolucionado en los distintos periodos de progreso, desarrollo y cambios, todo ello se lo puede observar en el tiempo, la sociedad y la modernidad. Muchos aspectos externos como el desempleo, exclusión, pobreza y crisis económica afectan a países subdesarrollados como el nuestro, la falta de empleo provoca el autoempleo que estimula la generación de acciones productivas o trabajo, fomentando el emprendimiento que cobra importancia en la sociedad actual. He aquí el incremento de experiencias emprendedoras que conllevan a generar emprendimientos familiares.

El emprendimiento comunitario se resume en un conjunto de esfuerzos que realizan un grupo de personas que integran una organización, asociación, comunidad u otro tipo de entidad con el fin de mejorar la situación tanto social como económica de cada uno de los integrantes en un entorno local (Méndez Beltrán, 2017).

Las microempresas en el Ecuador tienen la capacidad de contribuir al desarrollo socioeconómico del país, además de acelerar la generación de empleos e incrementar el ingreso familiar por la particularidad de que estas tributan al emprendimiento familiar como soporte económico. Tiene la ventaja de aprovechar los recursos internos que existen en las áreas urbanas y rurales como oportunidad para posicionarse en el mercado.

Las nuevas políticas generada hoy en día en el país han generado que la economía popular esta direccionada a actividades económicas que contribuyen a diferentes sectores económicos del país y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización

de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales.

De acuerdo a lo manifestado por Zamora- Boza (2018) Los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, permiten incrementos de productividad y generan la mayor parte del empleo. Entonces, se genera más y mejor empleo que contribuye al incremento del valor agregado de la economía.

Es importante considerar al emprendimiento y a la empresa familiar como un binomio exitoso que hace que el sistema de formación propuesto aspira coadyuvar a conformar empresas familiares y con ello contribuir a evitar el desempleo, el subempleo y la economía informal, entre otras modalidades de empleo; disminuir los índices de pobreza y la carga laboral (Gutiérrez, 2018).

La parroquia de Leónidas Plaza ubicada en el cantón Sucre en la provincia de Manabí cuenta con 36 barrios y comunidades anexas con una población aproximada de 22.000 habitantes, tiene un crecimiento poblacional y comercial bien representativo en el cantón y considerada como el impulsor de las actividades comerciales de la ciudad de Bahía de Caráquez.

Después del acontecimiento en Ecuador del 16 de abril del año 2016, hubo una gran afectación en la ciudad de Bahía de Caráquez, generando un incremento de negocios en la parroquia de Leonidas Plaza de un 102%, el cual hizo que la competencia incrementara debido a que los negocios de la ciudad afectada se ubicaran en dicha parroquia.

Las medidas acogidas por los gobiernos para evitar la propagación del covid-19 ha generado debates no sólo entorno a la salud sino también al sistema económica. Este impacto ha alcanzado a las industrias que sostienen al mundo, especialmente en los sectores productivos. En este nuevo contexto al que todos nos enfrentamos, miles de familias buscan opciones para obtener ingresos extra desde casa (Zambrano, Rivera, et al., 2021).

El departamento de vinculación con la sociedad en la Extensión Sucre ha venido desarrollando acciones correctivas y protagonizando estrategias formativas para fortalecer los emprendimientos a nivel comunitario. El presente estudio tiene como objetivo realizar un análisis a nivel de contribución de las actividades de transferencia de conocimiento que ejecutan el binomio estudiante – docentes en las prácticas de vinculación con la sociedad. A continuación, se indican estudios realizados como lo son:

- La imagen comercial y su influencia socio económica empresarial de los pequeños negocios del cantón Sucre. Ecuador (F. A. L. Quintero et al., 2018)
- Percepción de actores locales sobre turismo sostenible en comunidades de Leonidas plaza del cantón Sucre, Manabí (F. A. L. Quintero et al., 2018)
- El comportamiento del consumidor en la gestión comercial de destinos turísticos Sucre-San Vicente. Un acercamiento desde las ciencias sociales, Ecuador 2017 (F. Á. L. Quintero et al., 2020).
- Rol y pertinencia en universidades del Ecuador en la actividad de vinculación con la sociedad (Lemoine Quintero F. y otros, 2020).

Cuadro de mando integral para la gestión en empresas comerciales (Zambrano, Vera, et al., 2021).

Resultados

Se utilizaron dos instrumentos, un cuestionario y una técnica de observación o muestreo donde se determinó según criterio de experto cinco variables o parámetros a medir, los dentro de ellos está el tipo o denominación del negocio, el área por metros cuadrados, los clientes atendidos diarios, el confort, ambiente y tecnología y el tiempo de apertura del negocio o locales existente en la parroquia.

La parroquia de Leonidas Plaza constituye una de las parroquias urbanas del cantón Sucre, conformada por 36 barrios y comunidades anexas con una población aproximada de 22.000 habitantes. En la tabla 1 se muestra un levantamiento de las actividades más representativas a nivel de la parroquia como objeto de estudio, donde la actividad de comercio y tiendas barriales (22%) es la más representativa seguida de las actividades de servicios gastronómicos (16%) y en tercer lugar las de moda y belleza (12.3%), tal y como se refleja a continuación:

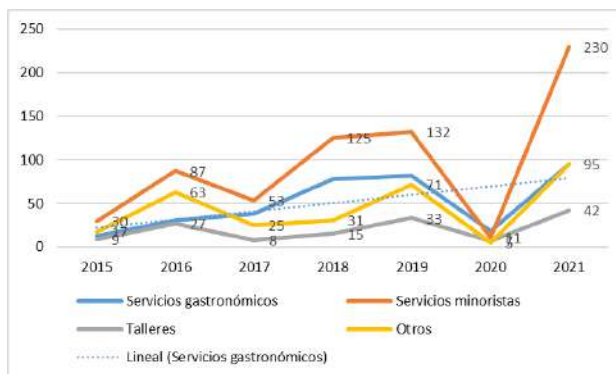
Tabla 1.***Levantamiento de actividad comercial.***

Actividad comercial	Frecuencia	%
Gastronomía	51	16,0%
Comercio/tiendas	70	22,0%
Automotriz	26	8,2%
Servicios informáticos	16	5,0%
Servicio técnico	13	4,1%
Salud	12	3,8%
Estética	17	5,3%
Moda/belleza	39	12,3%
Construcción	15	4,7%
Ebanistería	10	3,1%
Servicios de hospedaje	4	1,3%
Recreación	9	2,8%
Imprenta	6	1,9%
Servicios Financieros	1	0,3%
Servicios minoristas	22	6,9%
Servicios mayoristas	7	2,2%
Total	318	100%

Para esto se toma histórico (2016/2021) de la actividad comercial en la parroquia Leónidas Plaza. Se toma esta población por encontrarse próxima al área geográfica de ubicación de la Extensión como prueba piloto bajo las circunstancias de los acontecimientos acaecidos el 16 de abril 2016 (evento telúrico o sísmico) y posterior a la pandemia del Covid-19 (2020/2021). (F. Á. L. Quintero et al., 2023) A continuación, se muestra gráfico que simboliza la representatividad a nivel de actividad comercial.

Figura 1.

Histórico de representatividad de actividad comercial 2015/2021.



Como se observa desde las acciones del departamento de vinculación y las tareas asignadas en cada uno de los proyectos de intervención se muestra un crecimiento representativo a nivel de actividad comercial mostrando un crecimiento por encima de un 128% en los servicios gastronómicos observando un mayor crecimiento en el año 2019 respecto a anteriores años. En el 2017 debido al terremoto acontecido en abril del 2016 cierran locales comerciales colapsados por el evento acontecido y se desarrollan estrategias de reactivación y acciones correctivas para intervenir a nivel comunitario (F. Á. L. Quintero et al., 2023).

El año 2019 representa el mayor número de locales comerciales en las comunidades de Leónidas Plaza donde se desempeñan acciones en función de potencializar la actividad comercial desde la conceptualización del fundamento del marketing, de marketing tradicional y experiencial para lograr segmentos de mercados seguros (F. Á. L. Quintero et al., 2023).

Discusión

Según lo que indica Olvera (2015), en una gran cantidad de países los niveles de desempleo, dentro de sus economías, son muy altos, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población. Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

El emprendimiento se considera un hecho cultural, dado que está vinculado esencialmente al hombre y a su historia, sobre una base de significados que le motivan a superar la visión objetivista e instrumentalista del mundo. Por tanto, la responsabilidad social tiene que ver también con la educación, en la medida en que es el único medio para lograr la transformación y el cambio de la sociedad. Así mismo se enuncia que mediante los procesos de formación se inicia la reflexión sobre la naturaleza humana y, gracias a los avances continuos, el ser humano se perfecciona y se alcanza el progreso de la humanidad; en esta medida, pasa de ser un proyecto individual a uno comunitario. Por esto es necesario puntualizar el papel trascendental que juegan la familia, la escuela y las instituciones y la incidencia de estas estructuras en la construcción del sujeto (Orrego, 2009; citado por Escobar et al., 2013).

Conclusiones

Los instrumentos utilizados arrojaron resultados satisfactorios permitiendo generar estrategias de seguimiento, capacitación continua y monitoreo para medir los niveles de impacto:

- El estudio de la imagen comercial represento que el 65.3% de los locales responde afirmativamente de acuerdo a su razón social y solo un 32.7% responde no tener una imagen comercial, determinando una correlación en la percepción de los clientes sobre la imagen comercial donde el 61.2% responde positivamente y el 18.8% la evalúa de excelente, pero aun así un 79.6% sugiere asistencia técnica sobre imagen comercial y solo un 18.4%.
- El estudio del entorno aportó una estadística a nivel cognitivo que permitió conocer la rama de actividades de la zona y evaluar el nivel de instrucción para definir el nivel de capacitación en la zona.

Bibliografía

- Escobar, Á. E. S., Arias, E. M. M., Torres, E. F. T., & Parra, W. C. (2013). La influencia de la familia en el emprendimiento empresarial-el caso de tres pymes de los sectores comercial y de servicios de la ciudad de sincelejo sucre. *Revista Pensamiento Gerencial*, 1.
- Gutiérrez, M. (2018). La empresa familiar y sus factores de éxito. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 24(1), 205–223.

- Méndez Beltrán, S. J. (2017). *Emprendimiento comunitario y su aporte al desarrollo Socioeconómico de las mujeres en la comuna Olón, parroquia Manglaralto* [Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3920/1/UPSE-TOD-2017-0016.pdf>
- Olvera, S. G. (2015). Emprendimiento en las empresas familiares. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 4(7), 163–181.
- Quintero, F. Á. L., Calderón, M. G. M., Zambrano, L. V., & Rodríguez, N. R. H. (2020). El comportamiento del consumidor en la gestión comercial de destinos turísticos Sucre-San Vicente. Un acercamiento desde las Ciencias Sociales, Ecuador 2017. *3c Empresa: Investigación y Pensamiento Crítico*, 9(1), 17–39.
- Quintero, F. A. L., Zambrano, G. C., Cusme, M. Z., & Pallerols, G. C. (2018). La imagen comercial y su influencia socio económica empresarial de los pequeños negocios del cantón Sucre. Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 3(2), 99–112.
- Quintero, F. Á. L., Zambrano, G. V. C., & Zambrano, L. M. V. (2023). Responsabilidad social comunitaria en función de los procesos sustantivos: Universidad del siglo XX: Community social responsibility based on substantive processes: University of the XXI century. *Maestro y Sociedad*, 20(1), 216–223.
- Zambrano, G. V. C., Rivera, D. N., Quintero, F. Á. L., & Solórzano, V. P. M. (2021). Emprendimientos frente al COVID-19: Impactos, reacciones y redes de apoyo personal Y digital. *ULEAM Bahía Magazine (UBM)*, 2(3), 1–13.
- Zambrano, G. V. C., Vera, M. L. V, Mora, C. A. C., & Coello, E. A. C. (2021). Fortalecimiento de las empresas comerciales mediante la aplicación de un cuadro de mando integral. *Journal of Business and Entrepreneurial Studie*, 5(1), 1–14

Calidad y gestión de calidad en el proceso productivo y administrativo de un frigorífico

Hebandreyna González García

Resumen

Las empresas nacionales deben hacer revisión de sus procesos en la elaboración de sus productos o prestación de servicios, de modo de verificar si resultan ser eficientes, además de saber si sus productos o servicios llenan las expectativas de los consumidores. Por tal motivo, el objetivo de la investigación es diagnosticar los conceptos de calidad y gestión de calidad en el proceso productivo y administrativo del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA). El presente estudio estuvo enmarcado en el paradigma interpretativo y enfoque cualitativo, adicionalmente, la investigación fue descriptiva con un diseño de campo no experimental, tomando en cuenta el gerente, coordinadores, supervisores, analistas y obreros de la empresa, a las que se le aplicó un cuestionario con preguntas abiertas. Entre los resultados se observa como los sujetos encuestados asocian calidad con atributos de calidad, productos libres de defecto, capacidad de satisfacción al cliente y estandarización de los procesos.

Palabras clave: Gestión de Calidad; Administración; Frigoríficos.

Abstract

Domestic companies must review their processes in the development of their products or the provision of services, to check whether they turn out to be efficient, as well as to know if their products or services meet consumer expectations. For this reason, the objective of the research is to diagnose the concepts of quality and quality management in the production process and administrative refrigerator industrial of the Southern Lake C.A. (FRISULCA). This study was framed in the interpretative paradigm and qualitative approach, in addition, the research was descriptive with a non-experimental field design, taking into account the manager, coordinators, supervisors, analysts and workers of the company, who were asked a questionnaire with open questions. Among the results is how the subjects surveyed associate quality with quality attributes, defect free products, capacity for customer satisfaction and standardization of processes.

Keywords: Quality Management; Administration; Refrigerators.

Introducción

Las empresas privadas representan hoy en día, para cualquier país un factor importante de crecimiento y desarrollo económico, en las distintas actividades en las cuales participan, generándose de esta manera una interacción donde intervienen además de estas empresas, distintos actores como el gobierno con sus políticas macroeconómicas y marcos jurídicos, los clientes internos y externos, los proveedores, la tecnología y los competidores, promoviendo un flujo de recursos físicos y humanos, que conllevan a la elaboración de productos o prestaciones de servicios destinados a satisfacer gustos y exigencias de los consumidores finales.

Aunado a ello, el fenómeno de la globalización se ha convertido en un medio importante para la incorporación de nuevos productos en el mercado nacional, así como la participación de otras empresas competidoras de origen extranjero, las cuales presentan novedosos esquemas en la elaboración de sus productos o prestación de servicios, apuntalados en tecnología de primera, lo cual les permite obtener mayores niveles de producción alcanzando a tener excedentes, que serán destinados a incursionar en mercados ubicados más allá de sus fronteras.

En tal sentido, las empresas nacionales deben hacer revisión de sus procesos en la elaboración de sus productos o prestación de servicios, de modo de verificar si de verdad resultan ser eficientes, además de saber si sus productos o servicios llenan las expectativas de los consumidores; esto les permite establecer un nivel de competitividad el cual ha de compararse con el nivel de otras empresas del mismo rubro y saber de esta manera su posicionamiento en el mercado.

En este orden de ideas, la incorporación de normas y políticas basadas en gestión de la calidad se hace inminente en las empresas nacionales, puesto que estas normas propician la estandarización de procesos, facilitando su revisión y rediseño, logrando un producto de mayor calidad dado la minimización de defectos de fabricación; de esta manera el producto adquiere un valor añadido el cual le permite a la empresa un mejor posicionamiento en el mercado, además de un aumento en su rentabilidad.

Bajo este contexto, las empresas dedicadas a la producción de alimentos, quienes fungen como garantes de la seguridad agroalimentaria del país, se encuentran inmersas en una encrucijada puesto que si bien es cierto ameritan adoptar normas de calidad en sus procesos de producción para ser más competitivas, el escenario económico en su entorno resulta adverso dada la

contracción económica presente en el país la cual para Vera (2018), se ubica en un 40% de retroceso del Producto Interno Bruto (PIB), para abril de 2018.

En este mismo orden de ideas, el consumo de carne por habitante en el país según Rivas (2019), se ubica entre 4 y 17 kilogramos por año, muy por debajo de los requerimientos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), que calcula entre 60 y 80 kilogramos, esta situación se origina por el beneficio de solo unas 40.000 reses al mes lo cual representa 4 kilogramos per cápita de carne en canal y 2.8 kilogramos per cápita en carne despostada; aunado a ello la crisis eléctrica y la escasez de combustible, han afectado al sector productivo nacional.

De esta manera, las exigencias con base a calidad y competitividad obligan a estas empresas a revisarse en cuanto a sus políticas, estrategias y procesos con la finalidad de lograr sobrevivir al mercado. En lo que a calidad respecta, Fonseca et al (2011), afirman que la calidad es el “Grado en el que en un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos, bajo determinadas condiciones de uso” (p. 10); en tal sentido, los frigoríficos al querer operar con criterios de calidad, deben realizar revisiones tanto a sus procesos productivos como a sus normas; y así determinar si es necesario, hacer adecuaciones en pro de agregar valor para generar una ventaja competitiva que le permita diferenciarse de sus competidores, satisfacer los clientes y mantenerse en el mercado.

Por su parte, la norma ISO 9000 (2015), toma en cuenta a la empresa como un todo; y bajo esta premisa sostiene que “Una organización orientada la calidad promueve una cultura que da como resultado comportamientos, actitudes, actividades y procesos para proporcionar valor mediante el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas pertinentes” (p. 7).

Bajo este contexto, las organizaciones, incluyendo los frigoríficos y mataderos industriales, deben asumir la calidad más allá de una certificación, deben asumirla como una filosofía de trabajo, donde, desde la alta directiva, pasando por niveles medios, llegando hasta los más bajos de la organización, deben trabajar con un objetivo común, la satisfacción de los clientes y de otros entes interesados, dándole así valor agregado al producto y prestigio a la organización.

No obstante, no basta con asegurar la calidad, es necesario reorganizar procesos para poder obtenerla al más bajo costo posible, y con mínimos mecanismos de control. Se hace necesario entonces, las adopciones de técnicas

orientadas a la optimización en el diseño y los procesos productivos, para así maximizar la relación calidad – costo aunado a planes de control adecuados, que cumplan con los requisitos de calidad.

Aunado a ello, se hace pertinente fijar la atención en el comportamiento del talento humano, en función de mantener un buen clima organizacional y de esta manera minimizar efectos negativos derivados de las deficiencias en las relaciones interpersonales, impericias en los trabajadores, sistemas de comunicación, delegación de autoridad, falta de elementos motivadores, falta de capacitación entre otros factores, los cuales pudiesen estar presentes en los frigoríficos del municipio Colón, afectando negativamente la calidad en los procesos de la empresa y su nivel de competitividad.

En tal sentido, se hace necesario un cambio tanto en la conducta como en la forma de pensar, dentro de las organizaciones, a través de la implantación de normas, así como las técnicas necesarias para lograr calidad en procesos y por ende en los productos, dando paso a lo que se conoce como gestión de la calidad.

Por su parte, Cuatrecasas & González (2005), expone la gestión de calidad de la siguiente manera:

La correcta gestión de todos los aspectos relacionados con la calidad supone la planificación, diseño y desarrollo de productos y procesos en el marco de una organización y gestión de los recursos humanos para la calidad, así como la adecuada implantación y control de calidad y su certificación final. Todo ello supondrá una gestión de la empresa, sus productos y procesos, basada en la calidad, y llevará a la misma a obtener el máximo de ventajas competitivas y la satisfacción total de los clientes mediante la identificación, aceptación y satisfacción de todas sus expectativas y necesidades a través de los procesos, productos y servicios. (p. 26)

En consecuencia, sobre la base de los planteamientos anteriores las organizaciones para fomentar la calidad requieren de la capacitación de su recurso humano, la planificación, diseño y mejora de los productos y servicios; así como el desarrollo y adecuación de los procesos productivos, de gestión y organización. De manera que se cree una cultura orientada a la calidad y la generación de una ventaja competitiva.

En el mismo orden de ideas, Heras et al (2008), afirman gestión de la calidad al ofrecer una ventaja competitiva, establece una relación positiva entre

calidad y los resultados económicos y financieros de la organización, dado a que las mejoras producidas, dan paso al crecimiento de la rentabilidad económica, de la posición en el mercado, satisfacción de los clientes y el valor de mercado en la empresa.

Así mismo, Ibarra Cisneros et al (2017), manifiestan que la competitividad empresarial es el resultado de la ventaja competitiva que posee una empresa mediante la implantación de sus métodos de producción y de organización, donde el precio y la calidad del producto final se contrastan con los de sus rivales en un mercado específico (p. 110); por lo cual, los frigoríficos y mataderos industriales van a depender de la forma en que apliquen sus procesos productivos, para que su producto final resulte con valor agregado y pueda posicionarse mejor en el mercado, traduciéndose esto en mayor rentabilidad.

Bajo este contexto, los frigoríficos y mataderos industriales del territorio venezolano, atraviesan por una serie de eventos que ameritan una revisión en su accionar, eventos tales como lo son: regulaciones de precios en la carne de res, deterioro del sistema eléctrico nacional, el cual ha originado interrupciones significativas del servicio eléctrico, fluctuaciones estrepitosas en el consumo de carne, producto de la variación de los precios, variaciones en los salarios, entre otros. Dichos eventos obligan a estas empresas a tomar medidas como establecer jornadas de ventas de productos cárnicos a precios solidarios, hacerse de fuentes de energía alternas (plantas eléctricas) lo cual genera un costo adicional al proceso productivo, por el costo de la planta en sí, acompañado del problema que existe para adquirir el combustible.

De igual forma el deterioro del poder adquisitivo del venezolano combinado con los precios fijados para la carne de res, ha provocado un descenso en el consumo per cápita del producto, según lo manifiestan Zambrano Sequín & Sosa (2018), quienes afirman que, en el año 2011, el consumo per cápita en Venezuela era de 19,4 kg, el cual descendió en el año 2016 a 8,58 kg, ubicándose luego este índice en 13,57 kg para el año 2017. Estas fluctuaciones se convierten en alertas para los frigoríficos y mataderos industriales, los cuales deben hacer los ajustes necesarios para solventar estos percances, sin descuidar sus procesos productivos y mucho menos perder el posicionamiento en el mercado.

En este orden de ideas, el Frigorífico Industrial Sur del Lago, C. A. (FRI-SULCA) ubicado en la parroquia Santa Cruz del municipio Colón del estado Zulia, Venezuela, no escapa a esta realidad, evidenciándose en reportes emanados del departamento de calidad, donde se registran cortes de electricidad

entre el mes de marzo hasta el 20 de mayo de 2019, dichos cortes provocaron la ausencia del servicio eléctrico por un espacio acumulado de 701,15 horas, de las cuales 189 horas correspondían al horario laboral.

Este escenario, podría provocar pérdidas millonarias dado que la carne de res es un producto altamente perecedero y la interrupción de la cadena de frío ocasiona el deterioro del producto. Aunado a ello se tiene que los períodos de sequía extendidos obligan a los productores a llevar animales a los mataderos en cantidades significativas, provocando así un aumento en la colocación del producto en el mercado, incidiendo de esta manera en una baja importante en los precios.

Antecedentes y Objetivo

Los antecedentes del estudio están referidos a los conocimientos generados a través de investigaciones rigurosas, sistemáticas y organizadas, sobre una temática particular. En estecaso, se realizó una revisión bibliográfica orientada a la búsqueda de estudios similares referidos para soportar, con mayor explicación la investigación de “Calidad y gestión de calidad en el proceso productivo y administrativo del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA)”.

De esta manera, Ibarra Cisneros et al (2017) en su investigación titulada: Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California, para la cual determinaron el nivel de competitividad empresarial de las pymes manufactureras de Baja California e identificaron las áreas que, dentro de ellas, influyen en dicha competitividad. La metodología fue de carácter descriptivo, correlacional y de corte transversal; desarrollaron el modelo de competitividad sistémica a escala micro y se aplicó un instrumento de medición de 64 preguntas a 195 empresas del estado; además, se hizo uso de regresiones lineales múltiples de tipo tradicional para la comprobación de hipótesis. Entre los hallazgos obtenidos indican que las pymes manufactureras de Baja California son medianamente competitivas, pero con tendencia importante hacia la baja, independientemente de su tamaño. Todas las dimensiones analizadas presentan niveles de competitividad medio y bajo, sin mostrar relación entre el tamaño de las empresas y su competitividad. Algunas de las dimensiones repercuten directamente en la competitividad de las empresas como se observó en el análisis de regresión múltiple realizado. Los resultados descriptivos muestran que las áreas de contabilidad y finanzas se consideran menos al momento de hacer funcionar una empresa y no existe la visión por parte de los empresarios de utilizarla

como punta de partida para lograr que la competitividad de la empresa se incremente.

Sin embargo, el análisis de regresión efectuado, muestra cómo dicha dimensión incide de manera importante en la competitividad de la empresa, lo que corrobora la idea de que, al no priorizar esta área, las empresas dejan de lado una parte importante de su propio crecimiento y consolidación. De la misma manera, la dimensión que más contribuye a explicar la competitividad de la empresa es producción y operaciones. Los autores también manifiestan que, si bien el instrumento de medición que se aplicó no tiene proporcionada un nivel de municipios y subsector, sí les permite acercarse al funcionamiento interno de las pymes.

Así mismo, Pinilla Salcedo & Guevara Murcia (2016), en su trabajo especial de grado titulado: Análisis de competitividad para los frigoríficos Guadalupe y San Martín de Bogotá (2007– 2014), en el marco del decreto 1500 del 2007, para esto el estudio incluyó una primera etapa descriptiva, a partir de la recopilación y presentación sistemática de datos encontrados a fin de construir un análisis específico sobre las plantas de sacrificio y procesadoras de alimentos (frigoríficos).

De igual manera, se realizó el análisis y descripción de la información existente; logrando distinguir los elementos relevantes del sector cárnico-bovino y revisarlos ordenadamente, determinando las relaciones existentes sobre la competitividad del sector y analizando las estrategias de competitividad de los frigoríficos más influyentes en la ciudad (Bogotá).

Así se consideró para la realización de esta investigación el estudio de caso histórico descriptivo, el cual consiste en el desarrollo de las actividades necesarias para poder lograr cada uno de los objetivos específicos, se realizó inicialmente una revisión bibliográfica específica respecto al estado actual del sector. Para el cumplimiento del objetivo general se tuvo en cuenta toda la información recolectada a través de los objetivos específicos para el posterior análisis de la competitividad de los frigoríficos Guadalupe y San Martín de Bogotá para el periodo 2007 - 2014.

Además, se llevó a cabo actividades de consulta de información referentes del sector en Colombia a través de la recopilación de informes realizados por la Federación Colombiana de Ganaderos (FEDEGAN), el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), así mismo de la situación del sector con relación a su competitividad, productividad, organizacional y orden sanitario. El segundo

objetivo, el cual fue identificar las características competitivas del sector cárnico a partir del Modelo de las Cinco Fuerzas de Michael Porter, se abordó el proceso realizando una estandarización de los indicadores a través de una medición cuantitativa de 1 a 10; en donde 10 es el puntaje máximo y 1 el puntaje más bajo; demostrando así, la competitividad entre los dos frigoríficos.

Los autores manifiestan que el consumo de carne bovina en los últimos años en Colombia se ha mantenido constante, no ha presentado gran crecimiento, principalmente por el consumo de pollo por su menor precio que ha sustituido el consumo de res.

Uno de los principales factores que influye en el crecimiento competitivo, es que Colombia se enfoque en mejorar la productividad y cumplir con los requisitos necesarios para poder entrar en mercados internacionales. Actualmente Colombia no se posiciona entre las mejores industrias cárnicas exportadoras en el mundo debido a los siguientes factores claves:

Sanidad animal: Principal problemática, impedimento para entrar a mercados claves de exportación por no tener: Plan de residuos, certificación de libre de aftosa sin vacunación, erradicación de Brucelosis y un sistema de trazabilidad implementado a nivel nacional.

Esto debido a causas como bajo nivel de tecnificación y pobre capacidad de transferencia de tecnología y conocimiento.

Pequeñas economías de escala: Este factor genera bajos volúmenes de producción y consumo restan competitividad en costo con respecto a países como Brasil y Uruguay que son países con los que perfectamente Colombia podría competir por su nivel de desarrollo. Una de las principales causas de esta problemática es debido a la baja capacidad gerencial y situación de inseguridad en algunas regiones del país que hacen que las tasas de financiamiento para ganaderos sean muy altas y prohíben a productores expandir sus operaciones. Esto genera mayores costos de producción y poca integración en la cadena y por tanto alto nivel de intermediación.

Costos de producción: La principal problemática que limita la competitividad en este factor son los altos precios de insumos pecuarios y alto costo de mano de obra, esto a causa de la alta dependencia de productos importados y condiciones socioeconómicas; implicando altos costos de producción primaria.

Productividad: Se presenta baja productividad en el campo comparado con países líderes en términos de tasa de natalidad, ganancia de peso, edad

de sacrificio, tasa de mortalidad deteneros. Esto debido a la baja aplicación de buenas prácticas ganaderas, deficiencia estructural en la alimentación, bajo nivel de tecnificación y falta de incentivos en el mercado; esto conlleva a altos costos de producción por kilogramos producido.

De igual manera, Segovia-López & Albornoz-Govea (2008), en su estudio denominado: Aspectos técnico-gerenciales y de competitividad en el beneficio de bovinos del estado Zulia, presentaron como objetivo general analizar la situación actual de la comercialización de carne roja bovina y el nivel de competitividad del parque de mataderos en la región zuliana, indicando las características de manejo, poder de decisión (gerencia) y competitividad; se empleó una metodología basada en una investigación descriptiva con diseño de campo, en la cual se aplicó encuestas realizadas directamente a los encargados-administradores y representantes oficiales de organismos del estado (SASA-Zulia) en las 14 salas de beneficio activas del estado Zulia.

Entre los resultados se mencionan que en los "Frigoríficos Industriales", específicamente los del Sur del Lago, manejan ciertos niveles gerenciales por los ejecutivos de la empresa, lo que se refleja en las diferentes líneas del proceso, es decir, desde el arribo de los animales hasta la culminación de la faena, el manejo de las diferentes actividades, el manejo de los subproductos del faenado, comercialización y distribución, las características de la empresa y por consiguiente el acabado y manejo de la canal.

Además, describen como la proliferación de salas de beneficio, auspiciadas en su mayoría por entes privados, se realiza en condiciones deficientes; se observa incluso la falta de inspección y control sanitario, tanto de los animales como del proceso y los productos del faenado, lo que plantea la necesidad de impulsar la aplicación del sistema de clasificación de animales en pie y de canales, para de esa manera orientar al productor en cuanto a las señales del mercado e identificar los nichos y patrones tecnológicos de los productores de carnes de calidad e inocuas (aptas para el consumo).

En la práctica y en términos generales, el productor después de la venta al mayorista rural de ganado en pie, desconoce la continuación de los procesos de la cadena, es decir, tanto el proceso del faenado como la satisfacción de las exigencias del mercado.

Se observó que en el control del proceso realizado por los representantes del estado (SASA-Ministerio de Agricultura y Tierras y Ministerio de Sanidad) basado en la inspección del faenado en la mayoría de las salas de beneficio. Debido a su aceptación no es fácil hacer el cambio a nuevas metodologías

y, por consiguiente, a un eficiente control de calidad. Sin embargo, existe el consenso, en particular en los medios académicos, de que el sistema debe orientarse hacia la prevención de los riesgos a través de la aplicación del Control de Riesgos y Puntos Críticos (HACCP, por sus siglas en inglés) a nivel de la producción, de las salas de beneficio y de los puntos de venta. Esto debido a que tradicionalmente la responsabilidad por la inocuidad y calidad de estos productos ha sido trasladada en la práctica a las entidades estatales encargadas de la realización del control.

La evaluación a la gestión empresarial, en las salas de beneficio permite determinar que no existe manejo empresarial óptimo, ya que hay ausencia de indicadores de eficacia, limitada visión de futuro, entorno no favorable (orden público) y no existe tendencia a articularse como cadena productiva; gremialmente son muy débiles.

Dada esta situación, la mayoría de los mataderos de la región zuliana tienen grandes limitaciones para acceder hacia el comercio internacional y a los nichos de mercado nacional que demandan calidad, además de no tener previsto en un futuro cercano contar con sistemas que aseguren la calidad e inocuidad en sus procesos.

En virtud de lo antes descrito, se sustenta el fundamento para la realización de esta investigación, donde se procura diagnosticar los conceptos de calidad y gestión de calidad en el proceso productivo y administrativo del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA)

Métodos y materiales empleados

Naturaleza de la investigación

La naturaleza de la presente investigación se condujo dentro del paradigma interpretativo de la ciencia, ya que de acuerdo a Flick (2007), la misma “se orienta a analizar casos concretos en su particularidad temporal y local, a partir de las expresiones y actividades de las personas en sus contextos locales” (p. 27). Además, persigue captar la esencia del significado de los actos sociales dentro de su contexto fechado y vivido.

Tipo de investigación

En el caso de los tipos de investigación Rosario & Camacho (2015), realizan una clasificación de acuerdo a la clase de medios utilizados para obtener datos, a saber: investigación documental, de campo, experimental, en este

sentido, el tipo de investigación fue de campo, al respecto Palella & Martins (2010), la describen como aquella donde la recolección de datos es directamente de la realidad donde ocurren los hechos sin manipular o controlar variables.

Al mismo tiempo, según el nivel de conocimiento que se adquiera es de tipo descriptiva ya que mediante la observación se hace énfasis en la especificación de las características de individuos, grupos, comunidades o un fenómeno objeto de análisis; puede utilizar métodos cualitativos, cuantitativos o mixtos (Rosario & Camacho, 2015). De esta manera, se consideró el tipo de investigación descriptiva utilizando el método cualitativo.

Diseño de la investigación

Según Palella & Martins (2010), el diseño de investigación se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio (p. 86). Rosario & Camacho (2015), realizan una clasificación (aunque no exclusiva) del diseño de investigación considerando el enfoque de investigación (cualitativo y cuantitativo).

En este sentido, el diseño de investigación de este trabajo se encontró inmerso dentro de un diseño de investigación de campo no experimental, en el cual se recolectó la información directamente de la fuente sin realizar ningún tipo de manipulación de variables (ob cit. 105).

Otro aspecto a considerar en los diseños de campo, es la frecuencia con la que se recogen los datos, Rosario & Camacho (2015), los clasifican en diseños transeccionales y diseños longitudinales (p. 105), para nuestra investigación se consideró el primero, en el cual la investigación quedó limitada a una sola medición (observación) de un sólo grupo en un momento determinado del tiempo.

Población y muestra de estudio

Para Arias (2012), la población o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio (p. 81).

Similar a lo planteado por Rosario & Camacho (2015), en el cual describen población como aquel conjunto de entidades que comparten entre sí características comunes, manifiestan que las entidades pueden ser individuos, objetos, cosas, animales, bacterias, familias, granjas, tiendas, hogares, empleados, entre otros y las características son las variables en común que com-

parten los miembros de una población, pueden ser valoradas cuantitativa o cualitativamente (p. 107). Por consiguiente, la población de la presente investigación, fue el gerente de producción, los coordinadores de mantenimiento y administración, supervisores, analistas y obreros del área de producción y administración que pudieron suministrar la información de gestión de calidad y competitividad empresarial en el Frigorífico Industrial Sur del Lago, C.A.

En el mismo orden de ideas, para seleccionar la muestra, la cual debe ser representativa en cuanto a tamaño y características similares a las del conjunto, donde permite hacer inferencias o generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido, se consideró una técnica o procedimiento denominado muestreo, en este existen dos tipos básicos de muestreo: Probabilístico o aleatorio y no probabilístico (Arias, 2012, p. 83).

Así, para este estudio se tomó en cuenta un muestreo no probabilístico intencional u opinático, donde el subgrupo de la población fue escogido con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador, para ello los sujetos encuestados tienen entre 10 y 15 de experiencia en el cargo y calificados para el mismo.

Técnica e instrumento de recolección de datos

Las técnicas de investigación más comunes son la observación y la encuesta, la primera es considerada la técnica de investigación más antigua y, a su vez, la más vigente por su amplia utilidad, la misma consiste en la indagación de un fenómeno o hecho específico a través del uso de los sentidos (fundamentalmente la vista y la audición) con el fin de captar hechos y realidades sobre diversos eventos sociales (Rosario & Camacho, 2015, p. 115).

En el caso de la encuesta el mismo autor la describe como una técnica de interrogación/indagación haciendo uso de un cuestionario con el fin de recabar información sobre un tema en específico (ob. cit. p. 120). Asimismo, se considera el cuestionario como la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas, respecto a una o más variables (Arias, 2012, p. 74).

Para efectos del presente estudio, se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento de medición el cuestionario, para darle respuesta al objetivo planteado, preguntándole a los sujetos encuestados preguntas abiertas relacionadas a calidad y gestión de calidad.

Técnicas de procesamiento de análisis de datos

Se realizaron preguntas abiertas a los empleados, vinculadas con los conceptos de calidad y se procesó haciendo uso de la teoría fundamentada de Strauss & Corbin (2002), como técnica de análisis.

Esta fase se organizó de manera sistemática y ordenada, a través de un proceso continuo e inductivo, de tal forma que el análisis se realizó según lo que es significativo para los encuestados. Para el desarrollo de este proceso se utilizó el software ATLAS-Ti versión 7.5, el cual se inicia con el proceso de preparación de los datos a través de la digitalización y formato de documentos. Luego se procedió a la reducción de los datos en distintos niveles, a través de operaciones de codificación y categorización para luego representarlos de manera gráfica en redes semánticas o diagramas conceptuales. La teoría se desarrolló inductivamente de un proceso de comparación constante de la información recabada.

Finalmente se realizó el proceso de contrastación, donde se relacionaron los resultados del análisis descriptivo de cada unidad de análisis con postulados teóricos de los autores consultados y presentados en el marco teórico.

Resultados y discusiones

En la figura 16, expresan y relacionan el concepto de calidad, con atributos de calidad, capacidad de satisfacción al cliente y producto libre de defectos. Analizando las categorías emergentes, se resume que los entrevistados describen la calidad como una cualidad y/o características inherentes a un producto o servicio, que se caracteriza por ser limpio e inocuo y que garantiza la satisfacción de las necesidades y exigencias del consumidor final. Los resultados obtenidos son similares a lo indicado por Cuatrecasas & González (2005), cuando definen la calidad: "(...) como el conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario" (p. 17). Igualmente, se alinean a los fundamentos de Castellanos et al (2006), donde expresa que el término calidad se suele entender con el significado de productos libres de defectos.

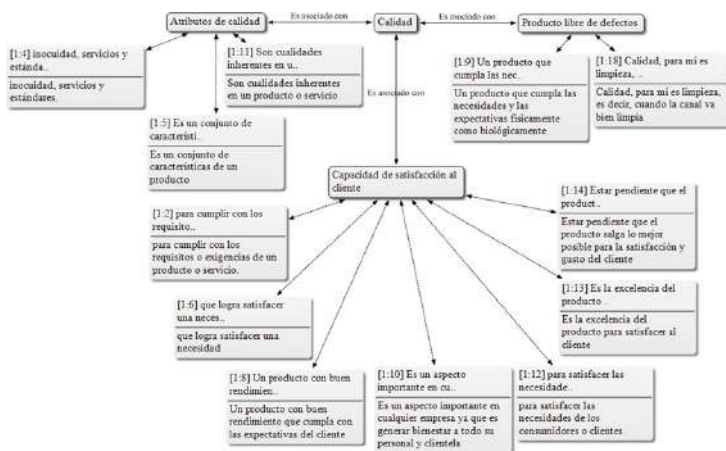
Así mismo se evidencia que lo expuesto por los sujetos encuestados coincide con lo publicado por Cuatrecasas & González (2005), el cual destaca que la satisfacción plena de los clientes implica no sólo a los consumidores habituales de un bien, sino que también incluye todos aquellos empleados, operarios, directivos, proveedores, accionistas, propietarios. Textualmente se

expresa la opinión de uno de los empleados que indica: “Calidad, es un aspecto importante en cualquier empresa ya que es generar bienestar a todo su personal y clientela”.

En este sentido, calidad significa producir bienes y/o servicios según especificaciones que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes (Tarí, 2000, p. 26).

Figura 2.

Representación social de concepto de calidad de los trabajadores del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA).



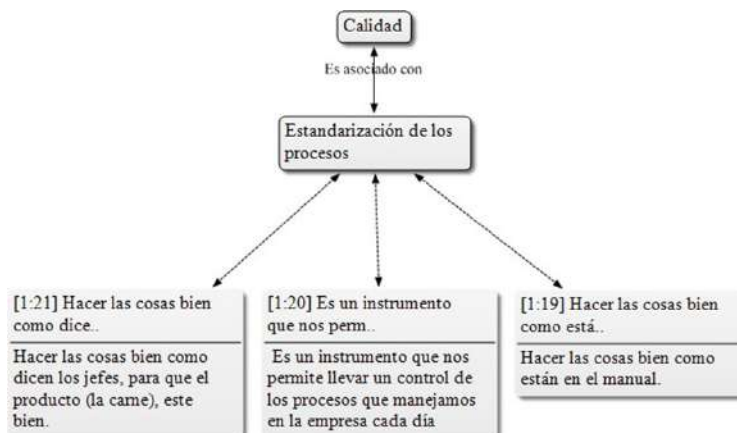
De igual manera, los resultados obtenidos, como se expresa en la figura 17 indican que los trabajadores asocian la calidad con la estandarización de los procesos. Para ellos, la estandarización no es más hacer las tareas apeados a un manual de procedimientos o un instrumento. Dejando claro que solo tienen a disposición un manual de descripción de cargos, estos señalamientos pueden ser relacionados igualmente con control de calidad, lo cual es responsabilidad de todos, desde el más alto nivel de la administración hasta los operarios, con la diferencia de que los objetivos de calidad y la toma de decisiones para unos y otros serán distintos. Mientras los objetivos de los operarios vienen reflejados en las especificaciones y manuales de procedimientos, a nivel directivo, éstos tienden a ser más amplios (Tarí, 2000, p. 123).

Las opiniones expresadas se corresponden con lo expresado por Deming y Taguchi (citados por Cruz et al, 2006) quienes establecen como enfoque de la calidad, pérdidas mínimas para la sociedad, reduciendo la variabilidad y

mejorando estándares, donde la calidad generada, se destaca en producto y procesos, siendo esta inseparable de la eficacia económica y en la que se exige disminuir la variabilidad de las características del producto alrededor de los estándares y su mejora permanente.

Figura 3.

Representación social del concepto de calidad asociado con la estandarización de los procesos productivos del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA).



Adicionalmente, los resultados obtenidos para la gestión de la calidad se muestran en la figura 18, en este caso los empleados señalan la gestión de calidad como parte del proceso de producción, indicando que la misma puede relacionarse como un conjunto de normas y procedimientos que tienden a mejorar los productos, mediante la planificación y control en los procesos de producción.

Al revisar los fundamentos teóricos, sobre cómo gestionar la calidad dentro de las organizaciones Heras et al (2008), consideran que la gestión de la calidad se puede efectuar desde dos modalidades, la primera centrada en la producción, por lo que ésta forma parte de un conjunto de decisiones que se toman dentro de las empresas con el objetivo concreto de la mejora de la calidad de los productos, los servicios, los procesos y la gestión empresarial en general.

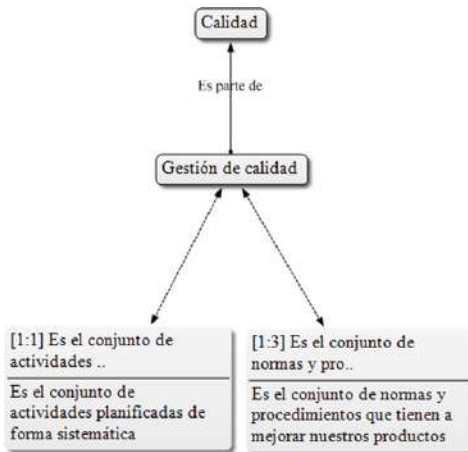
La segunda, se puede entender como una actividad funcional específica de la empresa (de hecho, muchas ocasiones esta actividad funcional suele reflejarse en la estructura organizativa funcional de las empresas, y se crean

departamentos de calidad), o entenderla como una función transversal dentro de las funciones básicas de la empresa (dirección general, financiación, comercialización, producción y dirección de personas).

Esta última propuesta es la que más se prescribe en la literatura, sin embargo, en la práctica, como se evidencia en los resultados de este trabajo, lo común es que se tiende a recurrir a la primera. Los resultados indican que en el frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA), en cuanto al aseguramiento de la calidad se limita a supervisar el proceso de producción verificando el buen funcionamiento de los equipos, las buenas prácticas de los operarios y un producto libre de defectos sin incluir el resto de los departamentos como parte de un todo empresarial.

Figura 4.

Representación social de la relación de gestión calidad y calidad de los trabajadores del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA).



La apreciación que tienen los trabajadores sobre la calidad en los procesos y productos del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA) se muestra en la figura 19. De acuerdo a la opinión emitida por los trabajadores la calidad en los procesos y los productos se cumplen en la medida de lo posible cuando:

- Los empleados cumplen a cabalidad sus tareas.
- Los procesos están debidamente estandarizados.
- Se trabaja para asegurar un producto libre de defectos.

- Se realiza un control y seguimiento en cada una de las fases del proceso productivo.
- Garantizando la capacitación y adiestramientos de los trabajadores de forma continua
- Se identifican y corrigen las fallas de manera oportuna.
- Se garantiza una estricta supervisión y verificación del producto final.

Los resultados obtenidos se corresponden con los planteamientos de Tarí (2000) quien expresa que en la práctica, todas las empresas se preocupan, en mayor o menor medida, por la calidad. Para muchas de ellas, este concepto significa casi exclusivamente control de calidad, centrado principalmente en la inspección del producto final, muchas veces simplemente de forma visual. Citando textualmente la apreciación de uno de los entrevistados quien manifestó que “la calidad se da bien porque el proceso se realiza correctamente sin dañar el producto”.

El autor citado anteriormente, define el control de calidad como el proceso de evaluación de desviaciones de un proceso, o fallas en el producto y la solución de las mismas mediante acciones correctoras, para el cumplimiento de los objetivos de calidad, y por tanto asegurar la calidad de un bien o servicio con la finalidad de que satisfaga las necesidades de los clientes. Situación similar se ejecuta en la empresa estudiada, de acuerdo con la opinión de uno de los entrevistados, en el frigorífico la calidad se asegura “mediante la planificación y control en los procesos, corrigiendo errores o fallas de los operarios y adiestrando al personal”.

Por su parte, Cruz et al (2006), consideran que para asegurar la calidad se deben seguir un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas que garanticen que el producto o servicio satisfaga los requisitos de calidad.

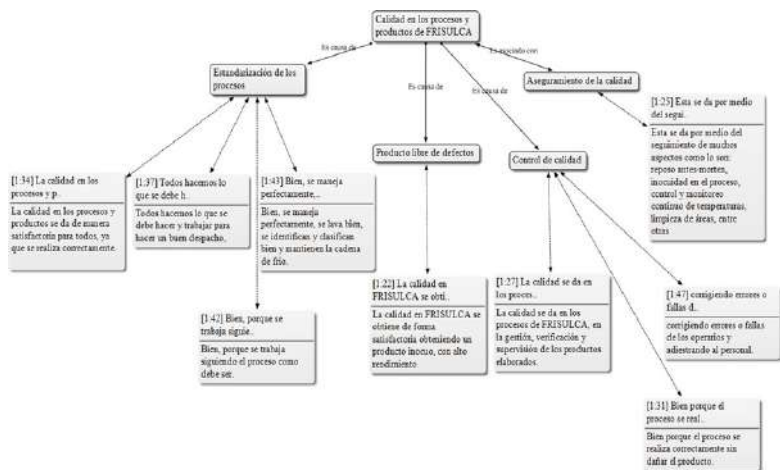
La norma ISO 9000 (2015), recoge un concepto de aseguramiento de la calidad como parte de la gestión de la calidad orientada a proporcionar confianza en que se cumplirán los requisitos de la calidad. El aseguramiento de la calidad, es un enfoque de gestión de la calidad que descansa en garantizar la fiabilidad (conformidad con especificaciones) y la aptitud para el uso del producto, estableciendo preceptos sobre cómo desarrollar las tareas de todos los procesos de la empresa, pero principalmente en el área productiva, midiendo pues la llamada calidad funcional (ob. cit. p. 233).

El proceso antes descrito se cumple en la empresa objeto de estudio, específicamente en el área de producción, donde se encuentra el departamento

de aseguramiento de calidad, la cual se encarga de verificar el buen funcionamiento de los equipos, cumplimiento de las normas de inocuidad establecidas por la empresa, realización de buenas prácticas de los operarios hasta la preservación del producto (carne) en los túneles de congelamiento.

Figura 5.

Opinión de cómo se considera la calidad en los procesos y productos del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA) de parte de sus trabajadores.



De igual manera, los entrevistados expresan que: i) asegurar de manera continua la capacitación del personal, ii) contar con personal calificado, y iii) enfocarse en satisfacer las exigencias de los mayoristas, representando factores que repercuten en la calidad de los procesos y los productos que la empresa brinda, tal como se evidencia en la figura 5.

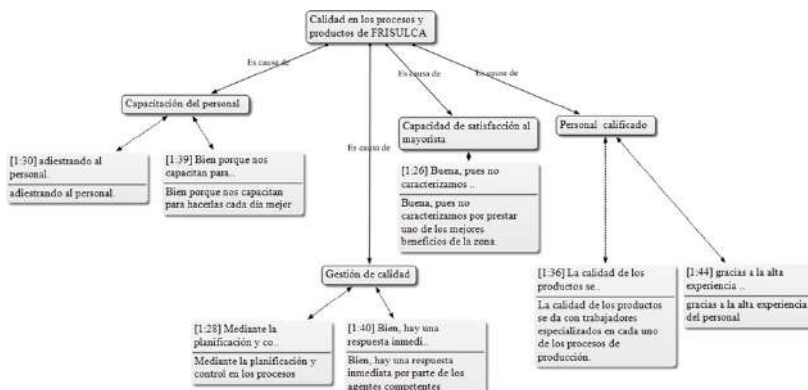
De allí que una de las estrategias del frigorífico, se orienta a capacitar a los trabajadores para realizar sus labores en el área de producción, para ello los empleados reciben una inducción continua sobre cómo ejecutar sus actividades. Esto le ha permitido a la empresa contar con personal calificado con experiencia en sus labores entre 10 y 15 años, lo que hace del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA) muy atractivo a los productores agropecuarios de la zona, al ser uno de los mejores en el beneficio animal.

En este sentido, los resultados obtenidos representan una ventaja para la gestión de la calidad dentro del frigorífico, pues de acuerdo con Cuatrecasas & González (2005), indica que disponer de lo necesario para la formación y

capacitación del personal, es una de las acciones que permite impulsar la mejora continua de las actividades de la organización siendo esta última uno de los principios de la gestión de la calidad.

Figura 6.

Opinión de cómo se considera la calidad en los procesos y productos del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA) de parte de sus trabajadores.



No obstante, aun cuando los empleados conocen los elementos que deben garantizar la gestión de la calidad y la empresa cuenta con personal capacitado y con experiencia, al consultar a los entrevistados si en la práctica el proceso de gestión de calidad se cumple en la empresa, las apreciaciones permiten afirmar que este medianamente se cumple, debido a que existe deficiencia en la comunicación vertical y en los procesos de producción.

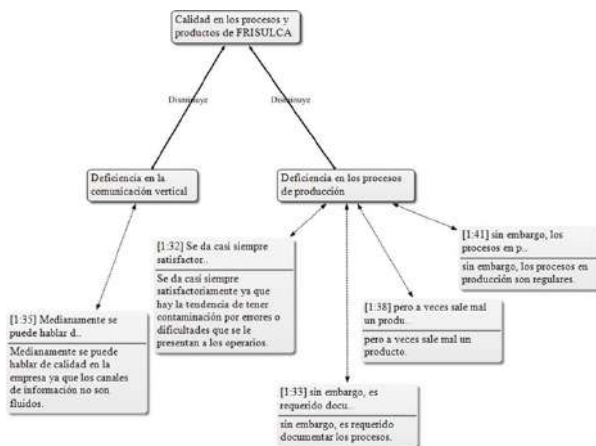
Las deficiencias se deben a que los canales de información no son fluidos entre la coordinación de administración y los subordinados; asimismo, se evidenció que en varias oportunidades hay contaminación por error involuntario de los operarios ubicados en las líneas de producción y, como consecuencia en oportunidades se obtiene un producto con impurezas; desde el punto de vista administrativo, se evidencia la inexistencia del manual de normas y procedimientos, derivándose que los operarios de nuevo ingreso no tengan bien definida las actividades a realizar en el proceso de producción.

Estos resultados coinciden con los de Segovia-López & Alborno-Govea (2008), quienes sostienen que la evaluación a la gestión empresarial realizada en las salas de beneficio, permite establecer que no existe manejo empresarial óptimo, debido a la ausencia de herramientas para medir la eficacia, la

impericia para anticipar eventos futuros, aunado a un entorno desfavorable (orden público).

Figura 7.

Deficiencias consideradas por parte de los trabajadores en la calidad de los procesos y productos del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA).



Conclusiones

En relación a los conceptos de calidad en el proceso productivo y administrativo, los empleados del frigorífico industrial Sur del Lago C.A. (FRISULCA), identifican claramente el concepto de calidad, cada quien desde su perspectiva realizan una opinión particular, abordando someramente lo que es calidad; relacionando además elementos y características de calidad con los procesos, productos y servicios que se dan y brindan en la empresa.

Los factores de gestión de calidad establecidos en FRISULCA, están conformados por prácticas de gestión de calidad, tales como: cuidado del producto puesto que los trabajadores se abocan a satisfacer las expectativas de los clientes a través de un producto libre de impurezas.

Bibliografía

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (Sexta). Editorial Episteme.

- Castellanos, O. F., Gálvez, B. J., Montoya, L. A., Lagos, Y. A., & Montoya, I. A. (2006). Medición del potencial de investigación y desarrollo de las pymes a partir de su capacidad de gestión organizacional. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 57, 159–171.
- Cruz, S., González, T., & Camisón, C. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson Educación, S. A.
- Cuatrecasas, L., & González, J. (2005). Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación. *Gestión 2000*.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa* (Segunda). Ediciones Morata.
- Fonseca, J. A., Muñoz, N. A., & Cleves, J. A. (2011). El sistema de gestión de calidad: elemento para la competitividad y la sostenibilidad de la producción agropecuaria colombiana. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 2(1), 9–22.
- Heras, I., Arana, G., Camisón, C., Casadesus, M., & Martiarena, A. (2008). *Gestión de la calidad y competitividad de las empresas de la CAPV*. Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A., & Demuner Flores, M. D. R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- ISO. (2015). *Norma Internacional ISO 9000*. Sistemas de Gestión de Calidad - Fundamentos y Vocabulario. [http://www.unc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/ISO 9000-2015.pdf](http://www.unc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/ISO%209000-2015.pdf)
- Palella, S., & Martins, F. (2010). *Metodología de la investigación cuantitativa* (Tercera). FEDUPEL.
- Pinilla Salcedo, L. J., & Guevara Murcia, D. M. (2016). *Análisis de competitividad para los Frigoríficos Guadalupe y San Martín de Bogotá (2007–2014), en el marco del decreto 1500 del 2007*. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1137&context=finanzas_comercio
- Rivas, B. (2019). *Ganaderos analizarán déficit de producción de leche y carne*. 11-07-2019. <https://elpitazo.net/los-llanos/ganaderos-analizaran-deficit-de-produccion-de-leche-y-carne/>

- Rosario, M., & Camacho, C. (2015). Apuntes de metodología de la investigación. In *Fondo Editorial de la UNESUR*.
- Segovia-López, E., & Albornoz-Govea, A. (2008). Aspectos técnico-gerenciales y de competitividad en el beneficio de bovinos del estado Zulia. *Desarrollo Sostenible de La Ganadería de Doble Propósito*. http://www.avpa.ula.ve/libro_desarrollosost/pdf/Capitulo_69.pdf
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada* (Segunda). Editorial Universidad de Antioquia.
- Tarí, J. J. (2000). *Calidad total: fuente de ventaja competitiva*. Universidad de Alicante. Publicaciones Universidad de Alicante.
- Vera, L. (2018). ¿Cómo explicar la catástrofe económica venezolana? *Nueva Sociedad*, 274.
- Zambrano Sequín, L., & Sosa, S. (2018). *Evolución del consumo de alimentos en Venezuela (1998-2017)* [UCAB]. https://saber.ucab.edu.ve/xmlui/bitstream/handle/123456789/19409/IIESUCAB_Zambrano_Sosa_Informe_Consumo_Alimentos_08_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Análisis de la Competitividad del Turismo Comunitario y su Impacto Económico en la Parroquia Rural Pedro Pablo Gómez

Santistevan Villacreses Karina Lourdes; Domínguez Vélez Jonathan José

Resumen

Se conoce que el turismo comunitario representa una oportunidad de generación de ingresos y de desarrollo para comunidades rurales con atractivos turísticos tanto naturales como culturales. En este contexto en la parroquia rural Pedro Pablo Gómez se han realizados iniciativas de turismo comunitario que a pesar de los esfuerzos de sus pobladores que se dedican a esta actividad se le han presentado algunas problemáticas, destacándose la emergencia sanitaria del Covid- 19 y la deficiente adaptación de las actividades turísticas comunitarias enfocadas a este nuevo entorno disruptivo que ha afectado este sector económico, así como el poco apoyo por parte de instituciones del estado por promover a la comunidad como un potencial turístico, la débil formación académica de los habitantes, con relación a lo mencionado se realizó el presente trabajo investigativo, teniendo como objetivo demostrar de qué manera el turismo comunitario influye en la reactivación económica de los habitantes de la parroquia rural Pedro Pablo Gómez. En la investigación se utilizó los métodos deductivo, inductivo, bibliográfico y estadístico, además de técnicas para la recopilación de información como la encuesta, entrevista y observación misma que facilitaron la obtención de información relevante descritas en los resultados, en este contexto se manifiesta que no cuenta con una buena promoción del turismo se menciona que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico de la parroquia y que las cascadas de La Cabuya, Maryland y la comuna Casas viejas tienen un potencial para desarrollar el turismo comunitario por su riqueza natural y cultural respectivamente.

Palabras Claves: Comunidad; Desarrollo participativo; Turismo.

Summary

Rural tourism represents an opportunity for income generation and development for rural communities with natural and cultural tourist attractions. In this context, in the parroquet Pedro Pablo Gomez, it has been done initiatives about communities tourism, with efforts of its inhabitants who are dedicated to this activity, it has presented some problems, such as the health emergency of Covid-19 and the deficient adaptation of community tourism activities focused on this new disruptive environment that has affected this economic sector, as well as the little support from state institutions to promote the community as a tourist potential, the weak academic training of the inhabitants, in relation

to the aforementioned the present research work was carried out, aiming to demonstrate how community tourism influences the economic reactivation of the inhabitants of the rural parroquet Pedro Pablo Gómez. In the research, deductive, inductive, bibliographic and statistical methods were used, in addition to techniques for the collection of information such as the survey, interview and observation itself that facilitated the obtaining of relevant information described in the results, in this context it was obtained that 42% state that it doesn't have a good promotion of community tourism, 33% say that tourism contributes to the socioeconomic development of the parroquet and that the waterfalls of La Cabuya, Maryland and the Casas Viejas commune have a potential to develop community tourism for their natural and cultural affluence respectively.

Keywords: Community; Participatory development; Tourism.

Introducción

El turismo ha ganado un amplio espacio en la actualidad convirtiéndose en referente en todo el mundo, esto gracias a su constante crecimiento que mantiene, este criterio lo ratifica Rossana (2021), "En las últimas décadas, el turismo ha tenido un gran crecimiento debido a que su desarrollo, influye en el progreso de las comunidades".

Las fuertes tendencias a nivel mundial dejan en manifiesto la importancia que trae consigo el desarrollo de las actividades turísticas, millones de personas han adoptado dentro de sus preferencias el viajar, puesto que el conocer nuevos lugares brinda a los viajeros experiencias diferentes y atractivas, según Díaz (2019), manifestó que, "El turismo está desempeñando un papel cada vez más importante en la economía global e inclusive está superando las expectativas de los expertos".

En este contexto, Mullo Romero et al (2019), mencionan que:

El turismo comunitario es una actividad que genera beneficios económicos para las comunidades involucradas y que a su vez contribuye a la conservación y fortalecimiento de su diversidad étnica y cultural, puesto que, permite a las familias locales diversificar su economía y mejorar su calidad de vida.

En el marco de las problemáticas que han afectado a las actividades económicas en los diversos lugares en el país, se han apostado a distintos medios de producción o de servicios que contribuyan a contrarrestar estos inconvenientes por los que ha estado sufriendo (crisis económica, crisis política etc.), o de una u otra forma a reactivar la economía y que les permita generar

ingresos económicos. Uno de los sectores que más se ha tomado en cuenta es el sector turístico, ya que esta industria por medio de sus actividades genera grandes ingresos económicos, aumenta el ingreso divisas y dinamiza la economía de los sectores.

La parroquia Pedro Pablo Gómez es uno de los sitios a nivel nacional que también ha sufrido por los estragos que han causado las problemáticas económicas, así como es la crisis sanitaria frente al Covid 19 que atraviesa el país y el mundo. Esta comunidad en conjunto con sus integrantes apuestan por este sector e intentan convertirlo en un potencial turístico por medio del turismo comunitario, que no solo ayude a reactivar economía sino que también se convierta en un destino turístico muy reconocido y preferido por los turistas a nivel nacional e internacional, ya que posee grandes atractivos (cascadas, museo arqueológico, petroglifos, especies y lugares atractivos, entre otras), los cuales deben ser aprovechados al máximo por la comunidad y que de esta manera se logre un mejor desarrollo socioeconómico y así alcanzar un mejor estatus en su calidad de vida.

Desarrollo

La competitividad

Según López del Valle Martínez (2020), competitividad es la capacidad de competir. En el ámbito de la economía, la competitividad se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores.

En este sentido, factores que inciden en la capacidad competitiva son la relación entre la calidad y el coste del producto, el nivel de precios de los insumos, así como el nivel de salarios en el país productor. Asimismo, otros aspectos muy importantes para incrementar la competitividad son la eficiencia de los sistemas o técnicas de producción y el aprovechamiento de los recursos necesarios para la elaboración de bienes y servicios, es decir, la productividad. Así, una empresa será más competitiva en un mercado si logra producir más a menor costo, con altos niveles de productividad, eficiencia y calidad, todo lo cual se traduce en una elevada rentabilidad por unidad de producto. En este sentido, las empresas más competitivas son aquellas que pueden asumir mayor cuota de mercado ante empresas menos competitivas (López del Valle Martínez, 2020).

No obstante, la competitividad también supone aspectos como la calidad, la innovación y la diferenciación del producto o servicio en relación con aquel que ofrecen los competidores. Otros aspectos, como la capacidad para generar la mayor satisfacción en los consumidores a partir de un precio fijado, o la capacidad de poder ofrecer a un menor precio cierto nivel de calidad, son también factores claves. Asimismo, la competitividad es un concepto que puede aplicarse a variadas situaciones de rivalidad de la vida. Así, puede referirse a la competitividad laboral de una persona profesional en su ámbito de trabajo; a la de un atleta o un equipo en una disciplina deportiva; a la de un país considerado desde un punto de vista global o internacional (López del Valle Martínez, 2020).

Turismo comunitario

El turismo comunitario es un término el cual ha surgido a partir de la demanda y exigencia de los turistas los cuales desean nuevas experiencias y de alguna manera no incurrir en el turismo tradicional, esto se ha hecho evidente a través de diversos estudios realizados los mismo han reflejado que este tipo de actividades brindan grandes beneficios a nivel colectivo, pero sobre todo en el ámbito económico ya que aporta dinamismo en lugar en donde se desarrolle esto permite que se genere nuevas fuentes de empleo, nuevos emprendimientos y sobre todo la aplicación de proyectos turísticos-productivos que promuevan el desarrollo socioeconómico de la comunidad. En base a lo manifestado anteriormente, se permitió la elaboración del presente artículo el mismo se centra en el análisis del turismo comunitario y su impacto económico en la parroquia Rural Pedro Pablo Gómez. En su desarrollo se identificó las principales variables de estudio las mismas permitieron tener un mejor conocimiento del tema expuesto.

La presente se justifica de manera teórica a través de diferentes fuentes bibliográficas referentes a las variables de estudio mediante las cuales se expresaron las diversas teorías, conceptos y definiciones que permitieron una mejor comprensión.

Se justifica de manera metodológica puesto que se utilizaron diversos métodos tales como: método deductivo, inductivo, estadístico y bibliográfico, de la misma manera se utilizaron técnicas como la encuesta y entrevista las cuales permitieron recabar y obtener información directa en el campo de estudio de esta forma se conoció la realidad existente en la Parroquia Pedro Pablo Gómez.

Se fundamenta de forma práctica puesto que fue importante la participación de los habitantes de la Parroquia Pedro Pablo Gómez, ya que mediante sus opiniones y criterios se permitió ampliar la información expuesta en la presente investigación, de la misma manera se evidenció la importancia de aplicar este tipo de proyectos en beneficio a la comunidad, pero sobre todo para reactivar la economía de la localidad.

Es importante recalcar que la elaboración de este artículo será de beneficio para los habitantes dedicados al desarrollo de actividades de Turismo comunitario en la parroquia Pedro Pablo Gómez, quienes a través de los resultados obtenidos tendrán una visión más clara y precisa de la realidad que existe en su localidad y además un mejor juicio acerca de la aplicación del turismo comunitario como medio de reactivación económica lo que les permitirá generar mejores ingresos y aplicación de estrategias turísticas, aumentando la eficiencia y la efectividad de los esfuerzos para atraer turistas nacionales y extranjeros (Miranda Parraga, 2021).

Características del turismo comunitario

Como plantea Cañero Morales (2018), indicó que, las características del turismo comunitario son las siguientes:

- La finalidad del turismo comunitario es conseguir el desarrollo de la comunidad
- Se presenta como un medio para asegurar la supervivencia a largo plazo de una industria turística rentable.
- Ignora restricciones de control a las comunidades locales, prevaleciendo los valores de autonomía y justicia social.

Caracterización de la Parroquia Pedro Pablo Gómez.

La Parroquia Pedro Pablo Gómez fue creada el 24 de octubre de 1917, pertenece al cantón Jipijapa, que se encuentra ubicado al sur de la Provincia de Manabí. La parroquia cuenta con 68 comunidades y 12 barrios, con una superficie de 27300 Hectáreas.

De acuerdo con la División Política de la provincia de Manabí, Pedro Pablo Gómez limita al: NORTE: Cantón Jipijapa, al SUR: Manglalto provincia de Santa Elena, al ESTE: Cantón Paján y al OESTE: Parque Nacional Machalilla (PDOT, 2012).

Caracterización económica de la parroquia Pedro Pablo Gómez

La Economía Parroquial tiene como eje fundamental la producción agropecuaria para la destinada al autoconsumo y la comercialización. El principal cultivo de la zona es el maíz y el café, seguido de la tagua, maní, cítricos y las verduras para el auto consumo. En la parroquia 1,645 personas reportan tener una ocupación laboral estable de los cuales el rubro más importante es el de los jornaleros que representa el 60,35%, siguiendo en orden de importancia los que realizan por cuenta propia alguna actividad productiva que representan el 25,65%.

Este territorio se caracteriza por ser una zona de gran potencial agrícola, ganadera y turística, con una marcada diferencia entre el invierno y verano, condición agroecológica ideal para el desarrollo de diversidades de cultivos como café, arroz, maíz, maní, frejol gandul, achiote, tagua, entre otros, lo que convierte a la parroquia en un sector con alto potencial agrícola y productivo.

En la parroquia rural de Pedro Pablo Gómez, se pueden identificar actividades económicas referentes al sector secundario, como la elaboración de productos con leche de ganado vacuno, tales como queso, manjar, mantequilla, dicho proceso de transformación se realiza de forma artesanal, ya que no existe en la zona una infraestructura tecnológica necesaria para elaborar nuevos productos utilizando la materia prima como es la leche de ganado vacuno. La elaboración de artesanías es la herencia de los ancestros aborígenes de la población (PDOT, 2012).

En la parroquia Pedro Pablo Gómez y sus comunidades se pueden identificar fuentes de trabajo del sector terciario, que se identifican en la zona como tiendas de abastos, en las que se comercializan productos de primera necesidad, tales como azúcar, arroz, manteca, aceite de cocina, fideos y otros artículos perecederos y no perecederos que se utilizan en el diario vivir, y los podemos encontrar en la cercanía de los hogares de la parroquia (PDOT, 2012).

Métodos

En el presente estudio se enfoca en la recopilación de información mediante los métodos aplicado en la investigación, se enfoca en analizar, estudiar la situación la competitividad del turismo comunitario y su impacto económico en la parroquia rural Pedro Pablo Gómez usando técnicas de recopilación de datos mediante encuestas que permiten obtener la respectiva información y la observación en lo cual se puede obtener una mejor visión de la información.

Los principales métodos que se utilizaron en la investigación fueron: Métodos descriptivo, inductivo, de campo y bibliográfico.

El método descriptivo consistió en poner en manifiesto la realidad de la competitividad del turismo comunitario, de esta manera se pudo obtener la información relevante para así poder tener la información requerida para elaboración de este artículo.

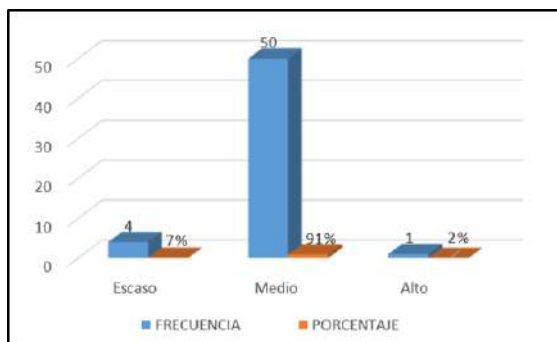
Se tomó como fuente de estudio a la Socios de la Cooperativa Servicios Turísticos Paraíso Escondido, Asociación para el Desarrollo Comunitario Casas Viejas, Asociación de Turismo Comunitario Potrero Nuevo con una población de 55 socios.

Resultados

Encuesta realizada a los socios de las diferentes organizaciones que participan en el turismo comunitario de la parroquia rural Pedro Pablo Gómez.

Figura 8.

Conocimiento del Turismo Comunitario en la población.



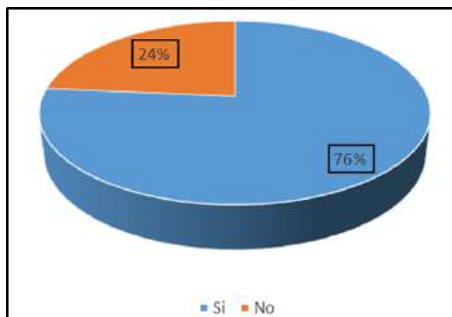
Con base a la encuesta aplicada, el conocimiento del turismo comunitario un 7% tiene escaso conocimiento, el 91% de la población encuestada tiene medio conocimiento en turismo comunitario, y un 2% un alto conocimiento.

La demanda que se desarrolla en el turismo comunitario va creciendo, por ende, la comunidad en estudio de este sector aún no está preparada para acoger y satisfacer al cliente en los nuevos esquemas de desarrollo rural. Por

lo tanto, la comunidad debe buscar nuevos desafíos en formación académica a través de vinculación con instituciones educativas que coadyuven a instruir a estos grupos de comunidades y mejoren sus ingresos y condiciones de vida.

Figura 9.

Proyectos que impulsen la actividad turística en la comunidad.

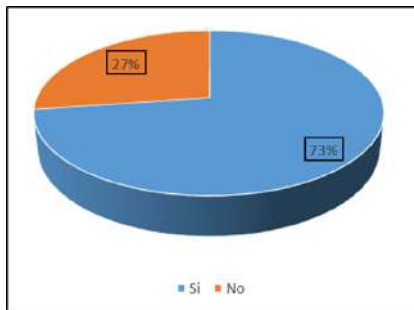


En la comunidad se nos ha dado a conocer que si han realizado proyectos que impulsen a la actividad turística un 76% respondió que si mientras que un 24% manifestó que no se han realizado este tipo de proyectos.

Es importante crear proyectos para la fomentación que impulsen la actividad turística en la parroquia, el turismo comunitario permite a los habitantes de la parroquia dada convertirse en guías turísticos y prestar servicios a los visitantes que reciben, constituyéndose como un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que al parecer se desarrolla exitosamente en la actualidad; además que articula actividades económicas de otros sectores, por ende, la creación y la puesta en práctica de estos proyectos dinamizaran la economía de la parroquia Pedro Pablo Gómez.

Figura 10.

Las Asociaciones reciben apoyo por parte de las entidades públicas y privadas.

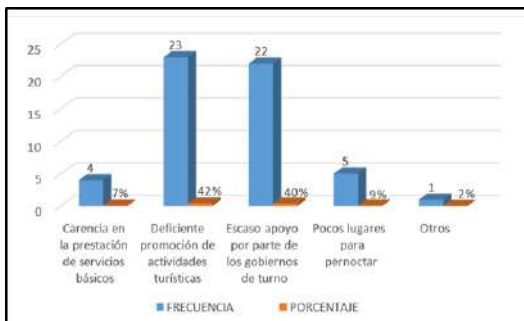


Mediante la encuesta aplicada se dio a conocer acerca de que si las asociaciones recibían apoyo de parte de entidades públicas y privadas un 73% manifestó que si, mientras que un 27% indico que no.

Las instituciones públicas o privadas forman parte fundamental en el desarrollo del turismo comunitario en la parroquia Pedro Pablo Gómez, el desarrollo del turismo comunitario busca fortalecer las instituciones diseñadas para mejorar la participación local y promover el bienestar económico, social y cultural de la mayoría popular. Teniendo apoyo mayoritario de las instituciones privadas quienes a través de proyectos de vinculación aportan con capacitaciones para mejorar la calidad del servicio turístico.

Figura 11.

Principales problemáticas que afronta la comunidad frente al Turismo Comunitario.

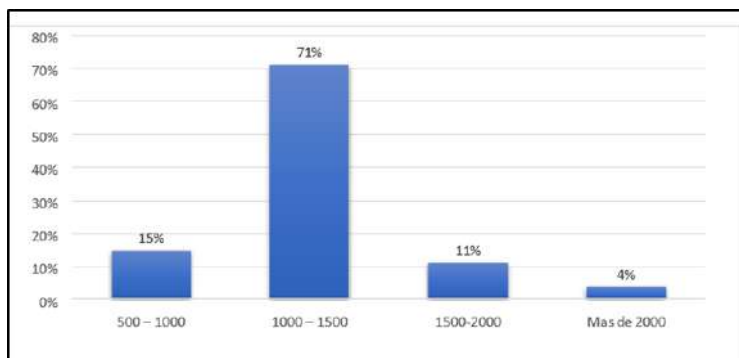


Respectos a las principales problemáticas re afronta la comunidad, en cuanto a carencias en la prestación de servicios básicos un 7%, en deficiente promoción de actividades turísticas un 42%, mientras que en escasos apoyo por parte de los gobiernos de turno un 40%, por otro lado, pocos lugares para pernoctar un 9% y en otros un 2%.

Con base en la encuesta realizada se conoce que las principales problemáticas son la deficiente promoción de actividades turísticas y el escaso apoyo por parte de los gobiernos de turno, se tiene que hacer más énfasis en la fomentación de proyectos que ayuden al desarrollo social que se enfoca en los procesos y recursos que permiten o en su defecto impiden que se alcancen los objetivos de la sociedad para su desarrollo y bienestar.

Figura 12.

Cantidad de turistas que visitan anualmente la parroquia Pedro Pablo Gómez.



Al analizar cuál es la cantidad de turistas que visitan la parroquia Pedro Pablo Gómez anualmente un 15% de 500 a 1000, en cuanto un 71% anual de 1000 a 1500 turistas, de 1500 a 2000 un 11% y más de 2000 un 4% siendo más acertada a la cantidad de turistas de 1000 a 1500 con el 71% anual.

Mediante el gráfico se puede conocer que la cantidad de turistas que visitan la parroquia Pedro Pablo Gómez es aproximadamente de 1000-1500 al año lo cual es mínima, esto quiere decir que no existe una buena difusión de publicidad de lo que se oferta la parroquia Pedro Pablo Gómez, dejando de generar otros ingresos en beneficio de la comunidad. El turismo comunitario ofrece al propio tiempo a las comunidades la oportunidad de jugar un papel

en la generación del movimiento de los elementos de producción e intercambio de bienes y servicios en la zona en cuestión.

Discusión

El turismo comunitario se asoma como una alternativa para salvar las disparidades sociales y económicas que adolecen las comunidades rurales, además de una vía que pueden utilizar las comunidades que buscan generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando los recursos culturales, naturales y locales en una región en particular (ACS AEC, 2023). Con respecto a identificar la situación actual de turismo comunitario se evidenció que en la parroquia Pedro Pablo Gómez existe una notable participación de los habitantes, pero se evidenció una débil formación académica puesto que tan solo cuentan con el conocimiento empírico y las capacitaciones recibidas por instituciones exógenas a la localidad ACS AEC (2023). El turismo comunitario tiene como ofrecer a las comunidades la oportunidad de jugar un papel en la generación del movimiento, en la economía local de la parroquia y de los elementos de producción e intercambio de bienes y servicios en la zona en cuestión.

La demanda que se desarrolla en el turismo comunitario va creciendo, por ende, la comunidad en estudio de este sector aún no está preparada para acoger y satisfacer al cliente en los nuevos esquemas de desarrollo rural. Por lo tanto, la comunidad debe buscar nuevos desafíos en formación académica, capacitaciones en diferentes áreas a través de vinculación con instituciones educativas o gobiernos de turno que coadyuven a instruir a estos grupos de comunidades y mejoren sus ingresos y condiciones de vida.

Conclusiones

El turismo comunitario es conveniente para los habitantes de la parroquia Pedro Pablo Gómez, puesto que ayuda en la obtención de ingresos adicionales de las labores que comúnmente desarrollan sus ciudadanos (agricultura, comercio, ganadería, cría de animales, entre otros). La actividad turística ha brindado amplios beneficios a la comunidad entre ellos: crear nuevas fuentes de empleo, mejora de infraestructuras y mejora de la calidad de vida, por esta razón los habitantes de esta localidad resaltan la importancia de la actividad de tal manera que su ejecución permita reactivar la economía en la parroquia.

La parroquia Pedro Pablo Gómez, posee una gran cantidad de recursos naturales y culturales que son disfrutados por aquellos que visitan el lugar, también cuentan con grandes atractivos turísticos como: El museo, el apiario, donde se encuentra el conjunto de colmenas, y el sendero “Rescatando Nuestra Cultura”, la visita por el sendero “Rescatando Nuestra Cultura” está dirigida por los guías naturalistas del comité de Turismo Comunitario “Rescatando Atractivos Naturales y Culturales”, el sendero cuenta con 12 paradas y se incluye un descanso con hamacas y aperitivo para los grupos visitantes, otras actividades que se ofrecen son paseos a caballo, visita a las comunidades aledañas (previa planificación), o subir la parte alta de la montaña desde la que se puede observar flora, fauna y el mar en días despejados y otros lugares muy agradables para realizar turismo en compañía de la naturaleza.

Pero a pesar de contar con todo este patrimonio natural y cultural no se ha desarrollado el turismo comunitario en una mayor proporción debido a las limitantes (escaso apoyo por parte de las autoridades, escaso conocimiento en el desarrollo de actividades turísticas, etc.).

Bibliografía

- ACS AEC. (2023). *El Turismo Comunitario*. <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>
- Cañero Morales, P. (2018). *Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana): un análisis de la percepción de los residentes* [Universidad de Córdoba]. <https://bvearmb.do/bitstream/handle/123456789/1466/2018000001781.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Díaz, L. (2019). *LAS CIFRAS DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL*. 27-09-2019. https://viajes.nationalgeographic.com/es/a/cifras-turismo-a-nivel-mundial_14640/1
- López del Valle Martínez, D. E. (2020). *Fabricación Flexible, una herramienta de competitividad, para las empresas de confección textil*. 16-10-2020. <https://www.interempresas.net/Textil/Articulos/316208-Fabricacion-flexible-herramienta-de-competitividad-para-empresas-de-confeccion-textil.html>

- Miranda Parraga, K. E. (2021). *El turismo comunitario y su influencia en la reactivación económica de los habitantes de la parroquia rural Pedro Pablo Gómez* [UNESUM]. [http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3287/1/Miranda Parraga Kevin Eduardo-Tesis.pdf](http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3287/1/Miranda%20Parraga%20Kevin%20Eduardo-Tesis.pdf)
- Mullo Romero, E. del C., Vera Peña, V. M., Guillén Herrera, S. R., Mullo Romero, E. del C., Vera Peña, V. M., & Guillén Herrera, S. R. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178–183. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200178&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- PDOT. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Pedro Pablo Gómez*.
- Rossana, A. (2021). *Turismo*. 22-11-2021. <https://conceptodefinicion.de/turismo/>

Estructura organizacional y desempeño participativo en la “Asociación de Agricultores 11 de Octubre”

Yomira Lilibeth Solis Barreto; Cristian Rogelio Cañarte Vélez; Ángela Mercedes Cedeño Bermello

Resumen

En el presente trabajo se dará a conocer los elementos que intervienen en la estructura organizacional y el desempeño participativo de los Socios en la Asociación de Agricultores 11 de octubre. La investigación se enfocó en las diversas causas del problema de comunicación, coordinación, el liderazgo, conflictos de control, rotación del personal y duplicidad de actividades. Tuvo como objetivo “determinar de qué manera la estructura organizacional mejora el desempeño participativo de los socios en la Asociación de Agricultores 11 de octubre”. Se utilizó la Metodología de diseño no experimental, con enfoque cuantitativo y alcance descriptivo y correlacional que permitieron interpretar el comportamiento de los directivos y socios, donde se aplicó una encuesta para identificar las actividades que desempeñaron. El resultado fue que el 50% de los socios tienen más de 70 años, asimismo, el 15% manifestó que a veces se suelen implementar los procedimientos que evalúan el desempeño de los Socios, también el 50% considera que no existe un buen liderazgo debido a que hay muchas falencias entorno a la administración que se lleva actualmente. En conclusión, existe una gran rigidez y centralización en la toma de decisiones, no existe un plan de mejora en función del desempeño de los trabajadores lo que impide su desarrollo y crecimiento, asimismo, no se identifican métodos y técnicas apropiadas de evaluación del desempeño que potencialicen y fortalezcan el sistema de recursos humanos a fin de que el personal se motive y se comprometa con el objetivo de la Asociación.

Palabras clave: Organización, Agricultura, Desarrollo, Centralización.

Abstract

In this paper we will present the elements involved in the organizational structure and the participatory performance of the partners in the Asociación de Agricultores 11 de Octubre. The research focused on the various causes of the problem of communication, coordination, leadership, control conflicts, staff turnover and duplication of activities. Its objective was to “determine how the organizational structure improves the participatory performance of the members of the Asociación de Agricultores 11 de Octubre”. A non-experimental design methodology was used, with a quantitative approach and a descriptive and correlational scope that allowed interpreting the behavior of managers and members, where a survey was applied to identify the activities they per-

formed. The result was that 50% of the partners are over 70 years old, also, 15% stated that sometimes the procedures that evaluate the performance of the partners are usually implemented, also 50% consider that there is no good leadership because there are many shortcomings around the administration that is currently being carried out. In conclusion, there is a great rigidity and centralization in decision making, there is no improvement plan based on the performance of workers, which impedes their development and growth, and there are no appropriate methods and techniques for performance evaluation to strengthen the human resources system so that the staff is motivated and committed to the Association's objectives.

Keywords: Organization, Agriculture, Development, Centralization.

Introducción

Mediante el siguiente trabajo de investigación se abordarán temas de carácter organizacional, para lo cual es necesario que tengamos bien definido el concepto y el origen de las organizaciones. Podemos decir que la organización nació de la necesidad humana de cooperar. El ser humano por naturaleza se ha visto obligado a cooperar para obtener sus fines personales, por razón de sus limitaciones físicas, biológicas, psicológicas y sociales. En la mayor parte de los casos, esta cooperación puede ser más productiva o menos costosa si se dispone de una estructura organizacional.

El problema de investigación es que los socios no llevan un proceso de desempeño, es necesario realizar una evaluación recae principalmente en detectar debilidades y fortalezas, dentro de la asociación. La estructura organizativa depende de la visión, metas y dirección. Si no hay una meta o una dirección proporcionada por los miembros de la organización, los empleados pueden carecer de motivación y ser improductivos.

El objetivo principal es determina de qué manera la estructura organizacional mejora el desempeño participativo de los socios en la Asociación de Agricultores 11 de octubre. Se encuentra ubicada en el recinto el Carmen de la parroquia el Páramo del cantón Jipijapa, el periodo de duración es desde los meses de enero hasta julio de 2022; por medio de este artículo científico se pretende demostrar que las organizaciones y el desempeño pueden mejorar, mediante las capacitaciones con la finalidad que sean llevadas a la práctica. Se utiliza el método de enfoque cuantitativo porque la información es extraída de datos estadísticos realizados debido a que se plantea alternativas de solución para mejorar la estructura organizativa en la empresa. El alcance de la

investigación es descriptiva y correlacional ya que ayuda a estudiar la relación entre las dos variables, de diseño no experimental porque la recolección de datos es en un único momento, inductivo se observa, estudia y conoce las características genéricas o comunes, deductivo utiliza la lógica para llegar a conclusiones, Sintético busca reconstruir un suceso de forma resumidas, analítico busca lo esencial en relación con el objeto de estudio. Las técnicas son la observación directa y la encuesta va dirigida a los 23 socios.

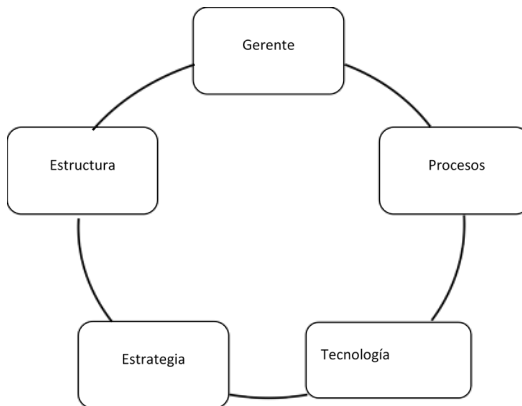
Material

Cuando se refiere a la organización formal “vemos que para que una organización funcione, además de disponer del personal capaz y dispuesto a cooperar, su trabajo será eficaz si conocen los roles y cómo se relacionan estos con los demás. De ello dependerá el cumplimiento de la misión de la organización.” (Gilli, 2017, p. 37)

Por eso menciona Gilli que debe existir una interrelación de los diferentes elementos que las integran tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

Figura 13.

Enfoque Sistemático.



Nota. Adaptado de *Claves de la estructura organizativa*, por Gilli, 2017, Gráfica.

Es importante que las empresas mejoren el rendimiento mediante la identificación y la implementación de los procesos de planificación estratégica y

gestión, los programas de innovación y la orientación empresarial; del mismo modo se requiere evaluar continuamente el entorno empresarial externo en el que operan, para poder reaccionar ante los cambios en el entorno de forma rápida y eficaz.

Estrategia permite determinar las actividades que se van a realizar para alcanzar las metas, estructura se realiza la división del trabajo y como las coordina.

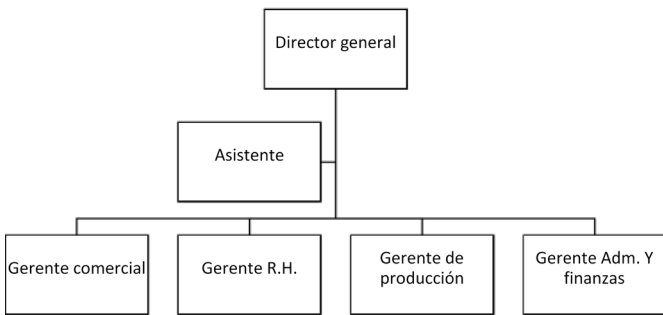
Modelos de la Estructura organizacional

Estructura formal

Es el esqueleto de una compañía es decir se basa en la división del trabajo en distintos procesos que usa la empresa con un conjunto de reglas y procedimientos que son diseñados previamente con el fin de obtener meta u objeto. La estructura muestra el nivel jerárquico o nivel más alto de cómo está estructurada la empresa.

Figura 14.

Estructura Formal.



Nota. Adaptado de *Claves de la estructura organizativa*, por Gilli, 2017, Gráfica.

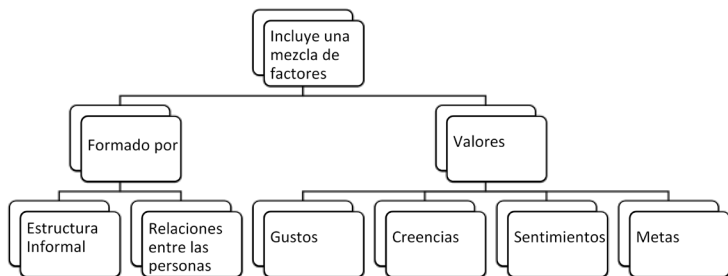
Estructura Informal

“Los factores que caracterizan a la Organización Informal están dados por la búsqueda del beneficio, el interés, las aficiones comunes y otros factores sociales como el parentesco, por ejemplo, que llevan a la creación de grupos”. (López González et al., 2013, págs. 27-147)

La estructura informal se generan prácticas de trabajo no oficiales, es decir formas de llevar a cabo tareas que el grupo considera adecuadas, aunque vayan en contra de las reglas o métodos establecidos por la organización.

Figura 15.

Estructura Informal.



Nota. Adaptado de La organización informal y sus efectos en las capacidades de innovación, por López González et al., 2013, Universidad Nacional de Colombia.

Estructura Funcional

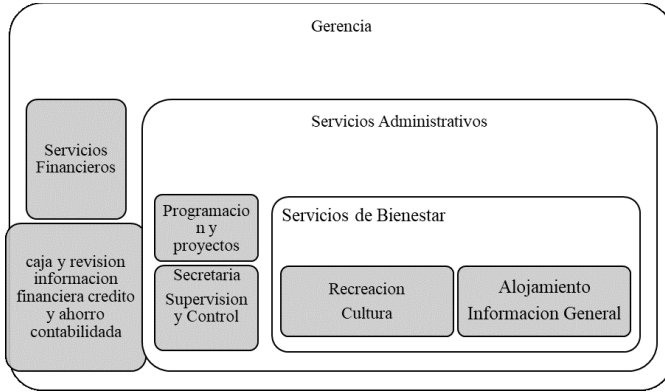
La organización por funciones reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se denominan funciones es el tipo de estructura que aplica el principio de la especialización de la función.

Gilli (2017), menciona que “El diseño funcional requiere de departamentos altamente especializados, en condiciones de producir eficientemente grandes cantidades de productos estándar; el trabajo operativo se simplifica y es repetitivo” (pág. 79).

Una estructura funcional es la división del trabajo que es agrupada por las diversas actividades o funciones a realizarse dentro de la empresa, los empleados tienden a desarrollar un conjunto de tareas para así cumplir sus metas y la empresa no tenga pérdidas si no ganancias.

Figura 16.

Estructura Funcional.



Nota. Adaptado de *Claves de la estructura organizativa*, por Gilli, 2017, Gráfica.

Estructura lineal o simple

Minimiza el uso de especialistas y carece de funciones de apoyo; es decir que se centra en las funciones básicas” (Gilli, 2017, pág. 106).

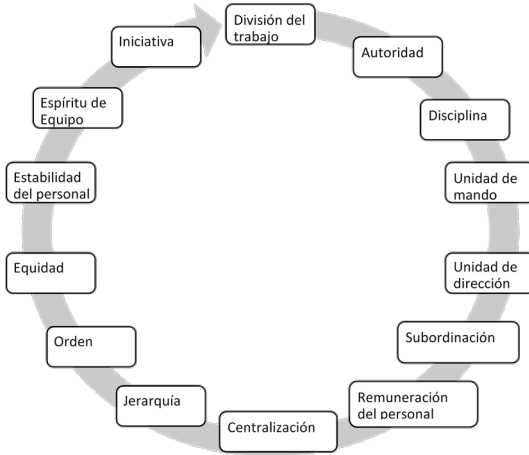
Desde de mi punto de vista considero que la estructura lineal es la forma organizativa más simple y antigua, este tipo de estructura se debe al hecho de que entre el superior y los empleados existen líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad.

Aportes de Henry Fayol

Fayol tenía la visión de que los problemas de la empresa son algo perteneciente tanto a los niveles más altos como la gerencia y no únicamente a los niveles más bajos u operativos (Gómez Palestino, 2018). De igual manera, cabe señalar que Fayol desarrollo catorce principios generales de la administración, que hasta la presente fecha son tomados en consideración para llevar controles administrativos y garantizar un buen desarrollo de los procesos dentro de la organización.

Figura 17.

Los 14 principios de Henry Fayol.



Nota. Adaptado de *Escuelas del Pensamiento Administrativo*, por Gómez Palestino, 2018, gestiopolis.com (<https://www.gestiopolis.com/escuelas-pensamiento-administrativo/#autores>)

La estructura organizativa evidencia el diseño formal de roles que permite integrar las funciones, responsabilidades, flujos de trabajo y líneas de autoridad, en función de los objetivos establecidos por una organización.

Características de la estructura organizacional

Según García (2018), dentro de las características de la estructura organizativa se pueden considerar las siguientes:

- Es un proceso versátil y continuo con el tiempo.
- Puede ser centralizada o descentralizada.
- Requiere especialización de los diferentes departamentos.
- Se hace necesario que exista una estandarización de protocolos, procedimientos y burocratización
- Debe existir coordinación entre los diferentes departamentos de la entidad.
- La estructura organizativa otorga identidad a los empleados.

- Debe adaptarse a la estrategia que busca la organización.
- Debe enfocarse a los objetivos alcanzables.
- La estructura contribuye a que los miembros del equipo conozcan sus funciones y niveles en la estructura.
- De manera paralela, toda estructura organizacional formal cuenta con una estructura informal de relaciones entre los distintos miembros de los grupos de trabajo. Es lo que se conoce como estructura organizacional real

Además, podemos decir que las características de la estructura organizacional es un aspecto fundamental de la comprensión de toda empresa, o del modo en que se concibe y organiza a sí misma. Una buena organización es garante de una funcionalidad más armónica y de alcanzar las características deseadas en la empresa.

En este mismo orden de ideas, Riquelme (2019), define el proceso administrativo como un flujo continuado de actividades que se establecen para lograr el mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa, y de manera efectiva alcanzar los objetivos propuestos. El autor explica que es necesario que existan políticas y normas dentro de la organización con la finalidad de reforzar la eficacia en el uso de los materiales y recursos.

Según Raffino (2020, como se citó por Meza Chica, 2021) la estructura organizacional:

Se conoce como estructura organizacional a las formas de organización interna y administrativa de una empresa u organización. Esto incluye también el reparto del trabajo en áreas o departamentos determinados según esa misma estructura (p.29).

Evaluación del desempeño

Para Molina. M (2018, como se citó por Rivero-Remírez, 2019), la evaluación del desempeño tiene como objetivo informar a los trabajadores sobre cómo están en su trabajo y lo que se espera de ellos, reconocer los méritos y resultados positivos obtenidos, corregir las desviaciones y los posibles errores tanto de comportamiento como de resultados, respecto a los objetivos establecidos.

La evaluación de desempeño empresarial implica una condición metodológica, partiendo del hecho que se deben establecer indicadores tangibles e intangibles, evaluando el grado de eficiencia que los colaboradores realizan

en sus áreas de trabajo durante un tiempo determinado, así como su potencial de progreso.

A su vez Torres (2018, como se citó por Rivero-Remírez, 2019), nos dice que la importancia de la evaluación del desempeño no radica únicamente en detectar los errores, sino reflejarse en la retroalimentación y en las acciones diseñadas de forma estratégica para buscar la mejora continua.

Se hace preciso que en todas las organizaciones una vez la persona ha sido seleccionada, se le da a conocer los objetivos políticos y filosofía de la empresa a la cual recién ingresa y orientarlo en cuanto a sus funciones procedimientos y debilidades de su cargo y se caracteriza por ser participativo y dinámico.

De acuerdo con Teresa Gabriela Cedeño (2020, como se citó por Cuesta-Santos et al., 2018), sugiere que el método de evaluación de desempeño considera cuatro fases para la evaluación del desempeño, integrando el compromiso y la gestión de talento humano en las organizaciones, la primera es la planeación estratégica, la segunda el diseño del sistema de evaluación individual, la tercera el desempeño y la cuarta la evaluación.

Es decir que la evaluación del desempeño permite implementar nuevas políticas de compensación, mejora el desempeño ayuda a tomar decisiones de ascenso o de ubicación, para determinar si existe la necesidad de volver a capacitar, y poder detectar errores en el diseño del puesto y ayuda a observar si existen problemas personales que afecten el rendimiento de la persona en su desempeño.

Métodos

La investigación tiene enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y correlacional ya que ayuda a estudiar la relación entre las dos variables, de diseño no experimental porque la recolección de datos es en un único momento.

Método correlacional

Ofrece información basada en valores comparables y actualizados.

Método inductivo

Para Neil & Suárez (2018), consiste en recopilar información y observar sufrientes hechos referidos a un problema particular. Observa, estudia y conoce las características genéricas o comunes que se reflejan en un conjunto de realidades.

Método deductivo

Este método nos permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultados.

Método Sintético

De acuerdo con Mejia Jervis (2020), es un proceso analítico de razonamiento que busca reconstruir un suceso de forma resumida. Busca comprimir la información presente_este proceso opera de tal forma que somos capaces de identificar todo aquello que conocemos y abstraer las partes más importantes y particularidades de ello.

Método analítico

Para Quesada & Medina (2020), procesa la información empírica, teórica y metodológica.

Técnicas

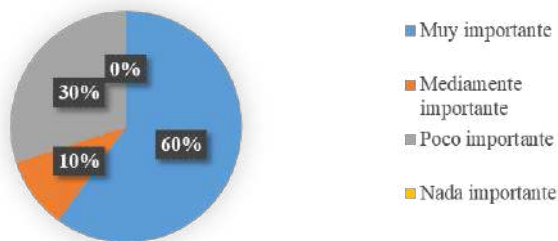
Observación directa consiste básicamente en observar el objeto de estudio. Encuesta va dirigida a los 23 socios que la conforman la Asociación de Agricultores 11 de octubre.

Resultados

La asociación objeto de estudio no hace uso de una estructura organizacional, ya que se evidencio que no cuentan con el uso y manejo correcto de una estructura, esto ocasiono que tuvieran muchos problemas dentro de la Asociación, lo que con llevo a tomar una nueva directiva y nuevas normas ya establecidas para el buen funcionamiento de sus actividades con el fin de darles posibles soluciones.

Figura 18.

¿Cómo valora usted la importancia de los componentes de la organización para de producción?



De acuerdo a los datos presentados se puede evidenciar que la mayoría de las personas encuestadas con un 60% son muy importantes los componentes que se emplean para la producción y un 10% medio importante saber sobre este tipo de componentes que se emplean en las ventas.

Con respecto a comprobar cuáles son los procedimientos empleados actualmente para la evaluación del desempeño participativo en la Asociación se evidencio que un 60% indico que implementan procesos para poder alcanzar las metas establecidas, de acuerdo a la actualización de conocimientos, 15% manifestó que a veces se suelen implementar los procedimientos que evalúan el desempeño de cada uno de los Socios, otro 15% de los encuestados manifestaron que si se implementan los procedimientos antes de realizar las actividades productivas, y un 10% no se implementan los procedimientos para realizar correctamente las evaluaciones de desempeño.

Los socios no son evaluados de manera permanente, debido a que no cuentan con planes técnicos establecidos y el proceso de comunicación no es eficiente y efectivo, aunque si se ha asignado a cada puesto la autoridad y responsabilidad correspondiente esto puede generar muchos problemas internos, uno de los principales es también que el 50% considera que no existe un buen liderazgo en la Asociación debido a que hay muchas falencias entorno a la administración que se lleva actualmente.

Respecto a establecer de qué forma la estructura organizacional incide en el desempeño participativo de los socios, de la asociación para el desarrollo y crecimiento de la Asociación de Agricultores 11 de Octubre, se consideró que la causa que ha provocado la carencia de una estructura debido a que no tienen conocimiento de dicha estructura el 70 % manifestó que esto

se ve reflejado por falta de diversas herramientas que proporciona el comité administrativo mencionadas anteriormente, encontrarse con esta situación se pudo evidenciar que todos indicaron que consideran que mejoría a la Asociación saber manejar la estructura organizacional en todas las áreas que integra la Asociación.

Ahora bien, tomando en cuenta estos resultados, se debe mencionar que en la estructura organizacional y el desempeño participativo presente en la institución y analizada no se evidencian la formalización de funciones ni el establecimiento de relaciones que determinan las misiones que cada unidad de la organización debe cumplir.

A través del levantamiento de información por medio físico y virtual se obtuvieron los siguientes resultados:

La situación evidenciada en la asociación objeto de estudio fue de que claramente no hacen uso de una estructura organizacional, ya que se evidencio que no cuentan con el uso y manejo correcto de una estructura, lo que deriva a lo que paso en el pasado a no implementar la estructura, esto ocasiono que tuvieran muchos problemas dentro de la Asociación, lo que con llevo a tomar una nueva directiva y nuevas normas ya establecidas para el buen funcionamiento de sus actividades con el fin de darles posibles soluciones.

Tomando en consideración las respuestas obtenidas, se puede confirmar que los Socios que integran la Asociación en su mayoría son hombres, en un 50% poseen más de 70 años, también se evidencio que un 85% tuvieron un nivel de educación hasta la primaria, y la mayoría de ellos han formado parte de la Asociación desde sus inicios. Si bien es cierto que un 25% está en desacuerdo que la institución cumpla los objetivos propuestos a esto se le suma que el 90% indica que si se asignan los recursos necesarios para la implementación de las actividades productivas.

Con respecto a comprobar cuáles son los procedimientos empleados actualmente para la evaluación del desempeño participativo en la Asociación se evidencio que en un 60% indico que implementan procesos para poder alcanzar las metas establecidas, de acuerdo a la actualización de conocimientos, 15% manifestó que a veces se suelen implementar los procedimientos que evalúan el desempeño de cada uno de los Socios, otro 15% de los encuestados manifestaron que si se implementan los procedimientos antes de realizar las actividades productivas, y un 10% dijo que no se implementan los procedimientos para realizar correctamente as evaluaciones de desempeño.

Discusión

Según CECC SICA (2023), la estructura organizacional es el modelo jerárquico que una empresa usa para facilitar la dirección y administración de sus actividades. A través de la estructura organizacional la empresa fija roles, funciones y responsabilidades; establece objetivos; crea procesos y define protocolos y; diseña estrategias de mejoramiento.

Es decir que es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que deben cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad, es decir las tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas, identificando y clasificando las actividades de la empresa, agrupando en divisiones, departamentos, o asignando autoridades para la toma de decisiones y seguimiento.

De acuerdo con Chiavenato (2010, como se citó por Ashqui Morocho, 2019), la evaluación de desempeño es un proceso sistemático y periódico de estimación cuantitativa del grado de eficiencia con el que las personas llevan a cabo las actividades y responsabilidades de los puestos que desarrollan. (p.7)

Para Rivero-Remírez (2019), la evaluación del desempeño tiene como objetivo informar a los trabajadores sobre cómo están en su trabajo y lo que se espera de ellos, reconocer los méritos y resultados positivos obtenidos, corregir las desviaciones y los posibles errores tanto de comportamiento como de resultados, respecto a los objetivos establecidos. (p.2)

Según Pérez, A (2009, como se citó por Sánchez Lima, 2021), la evaluación del desempeño ha sido objeto de interés de numerosos investigadores y profesionales. Una definición general del desempeño laboral la identifica como aquellas acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes para los objetivos de la organización (p.2).

De acuerdo con lo mencionado anteriormente la Evaluación de Desempeño es un elemento esencial con el que detectar las necesidades de formación del puesto. Es una herramienta fundamental que se encarga de medir todos los parámetros profesionales dentro de la Asociación ya sea para solucionar conflictos, o para mejorar la productividad y formar al empleado. La estructura y la finalidad de buscar y obtener mayor coordinación de las actividades laborales para que trabajen conjuntamente en los proyectos.

Bibliografía

- Ashqui Morocho, D. R. (2019). *Evaluación del Desempeño del personal en la Empresa Eurocarrocerías y su Incidencia en la Productividad* [Universidad Nacional de Chimborazo]. [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6342/1/EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL PERSONAL EN LA EMPRESA EUROCARROCERÍAS.pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6342/1/EVALUACIÓN%20DEL%20DESEMPEÑO%20DEL%20PERSONAL%20EN%20LA%20EMPRESA%20EUROCARROCERÍAS.pdf)
- CECC SICA. (2023). *Estructura Organizacional*. [https://ceccsica.info/sites/default/files/inline-files/5.2.3 Herramienta Estructura Organizacional.pdf](https://ceccsica.info/sites/default/files/inline-files/5.2.3%20Herramienta%20Estructura%20Organizacional.pdf)
- Cuesta-Santos, A., Fleitas-Triana, S., García-Fenton, V., Hernández-Darias, I., Anchundia-Loor, A., & Mateus-Mateus, L. (2018). Evaluación del desempeño, compromiso y gestión de recursos humanos en la empresa. *Ingeniería Industrial*, 39(1), 24–35. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362018000100004&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- García, G. (2018). *Gestión de cambios organizacionales: Modelo integrado: factores transformacionales y transaccionales* (1 Edición). AB Ediciones.
- Gilli, J. J. (2017). *Claves de la estructura organizativa*. Granica.
- Gómez Palestino, P. I. (2018). *Escuelas del Pensamiento Administrativo*. 2-04-2018. <https://www.gestiopolis.com/escuelas-pensamiento-administrativo/#autores>
- López González, C., Díaz Fúnez, P. A., & Robledo Velásquez, J. (2013). *La organización informal y sus efectos en las capacidades de innovación* [Universidad Nacional de Colombia]. [https://repositorio.altecasociacion.org/bitstream/handle/20.500.13048/1033/La Organización Informal y sus Efectos en las Capacidades de.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.altecasociacion.org/bitstream/handle/20.500.13048/1033/La%20Organización%20Informal%20y%20sus%20Efectos%20en%20las%20Capacidades%20de.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mejía Jervis, T. (2020). *Método Sintético: Características, Leyes y Ejemplos*. 10-04-2020. <https://www.lifeder.com/metodo-sintetico/>
- Meza Chica, M. F. (2021). *Evaluación de los procesos administrativos para el diseño de la estructura organizacional y modelo de planificación estratégica en una empresa de Buques Atuneros* [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15968/1/T-UCSG-POS-MAE-339.pdf>
- Neil, D. A., & Suárez, L. C. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica* (Primera ed). Ediciones UTMACH.

- Quesada, A., & Medina, A. (2020). Métodos teóricos de investigación: análisis-síntesis, inducción-deducción, abstractoconcreto e histórico-lógico. *Monografías 2020*, 1(12), 1–23.
- Riquelme, M. (2019). *Web y empresas*. 19-03-2019.
- Rivero-Remírez, Y. (2019). Evaluación del desempeño: tendencias actuales. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 23(2), 159–164. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02552019000200159&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Sánchez Lima, C. N. (2021). Adecuación de los modelos de evaluación en recursos humanos para el desempeño laboral. *Revista de Psicología*, 25.

Exportación de Productos no Tradicionales del Ecuador a Diferentes Países

Ángel Fortunato Bernal Álava; Ricardo Antonio Solorzano Abata; Blanca Soledad Indacochea Ganchozo

Resumen

La exportación de productos es una actividad que consiste en la venta o simplemente envío del bien a territorio extranjero. El presente artículo, plantea el análisis de las exportaciones de productos no tradicionales en el Ecuador, teniendo como objetivo hacer un estudio en una de las ramas de la administración internacional, siendo el caso del sector exportador no tradicional, su impacto e inestabilidad en los mercados internacionales con relación a la balanza comercial ecuatoriana. A partir de una investigación e implementando el método cualitativo, cuantitativo y documental, métodos dirigidos a la deducción, síntesis y explicación del tema en cuestión, nos dirigimos a su desarrollo desde su generalidad y tomando en consideración diversos análisis de contenido de la web, a la par de argumentos fundamentados. Dedujimos que, un mercado no tradicional surge cuando una empresa extiende actividades en diversos países carecientes de dichos productos y con un excelente potencial para negociar. Ecuador muestra que la estructura de su comercio internacional depende de la situación agrícola y del abastecimiento de materias primas a mercados fijos. Desde principios de 1990, y durante dos décadas más, los ingresos de divisas del país han dependido en gran medida de la extracción de petróleo y del uso de productos tradicionales no petroleros, como el banana, el café o cacao. Dando como resultado obtenido y haciendo un enfoque más específico en relación a Ecuador, se sostiene que, la exportación de estos productos, de origen no tradicional, buscan mejorar los lazos y crecimiento que el país espera mantener.

Palabras clave: Exportaciones, Materia Prima, Comercio y Generalidad.

Abstract

The export of products is an activity that consists of the sale or simply shipment of goods to foreign territory. This article proposes the analysis of exports of non-traditional products in Ecuador, aiming to make a study in one of the branches of international administration, being the case of the non-traditional export sector, its impact and instability in international markets in relation to the Ecuadorian trade balance. From research and implementing the qualitative and quantitative method, methods aimed at the deduction, synthesis and explanation of the subject in question, we addressed its development from its

generality and taking into consideration various content analysis of the web, along with substantiated arguments. We deduced that a non-traditional market arises when a company extends its activity in several countries lacking such products and with an excellent potential to negotiate. Ecuador shows that the structure of its international trade depends on the agricultural situation and the supply of raw materials to fixed markets. Since the early 1990s, and for two more decades, the country's foreign exchange earnings have depended largely on oil extraction and the use of traditional non-oil products, such as bananas, coffee or cocoa. As a result, and taking a more specific approach in relation to Ecuador, it is argued that the exportation of these products, of non-traditional origin, seeks to improve the ties and growth that the country hopes to maintain.

Keywords: Exports, Trade Balance, Market, Economy, Trade and Generality.

Introducción

La exportación de productos se encuadra en la división internacional del trabajo. Su objetivo es satisfacer las necesidades de un mercado concreto. Y es que no todos los países producen los bienes que requieren, por lo que se ven obligados a recurrir a otros territorios para hacerse con ellos. Estas exportaciones son fundamentales en la internacionalización de las empresas, permitiendo así llevar sus productos a cualquier parte del mundo (I. García, 2023). Conociendo de esta manera, que la exportación de productos es definida como el envío de un bien o servicio a un país internacional con fines comerciales. De igual forma encontrándose reglamentadas por una serie de controles legales que hacen frente a las relaciones comerciales entre territorios.

Pues bien, los productos de exportación no tradicionales, son aquellos que no tienen un valor agregado en el proceso de producción, y su obtención no es tan importante como para transformar la esencia natural. Por ejemplo: El azúcar y cacao (Grupo EI, 2017). Siendo así, estos productos son sumamente primordiales ya que son base fundamental de la economía del Ecuador. Es claro que los productos tradicionales mantienen una mayor participación dentro de las exportaciones, como una alta tasa de crecimiento anual, lo cual se debe en parte al nivel de desarrollo de estos productos en el país, es decir, mayores áreas de cultivo están destinadas a estos productos ya que actualmente poseen una demanda definitiva en el mercado internacional.

En el Ecuador, se impulsa un cambio en la matriz productiva, que consiste en mejorar la competitividad sistémica del país, para así, exportar productos con mayor valor agregado al mundo, para ello, se busca que la industria nacional primero remplace los productos que actualmente se importan, y segundo, que sea capaz de ofrecer sus productos en igualdad o superioridad a los competidores internacionales. Su posicionamiento es definido como la participación de un producto en el total de las importaciones mundiales, igualmente se califica como positivo cuando la participación de dicho producto incrementa en el total los mayores niveles de eficiencia y posicionamiento son sinónimo de competitividad dentro del mercado. La matriz productiva, se quiere dar un enfoque mucho más desarrollado y amplio en las industrias de mayor desarrollo del país, a través de ahí permitiéndose la comercialización de los productos no tradicionales, en este caso tanto los primarios como los industrializados.

Técnica documental

Dentro de esta investigación se utilizó un estudio de carácter documental, a partir de lo encontrado y analizado. Con el fin de obtener información útil sobre la economía del Ecuador, para de esa manera dar paso respectivo a los argumentos en contexto de los productos no tradicionales que exporta el país, revisando con exactitud artículos de revistas, grabaciones, bibliografías, informe de periódicos e investigaciones. Una vez recogida la información, se usó el tipo de investigación descriptiva detallando las características de los productos, los lugares de destino y los procesos comerciales y legales que deben cumplir para su exportación. Así mismo, hubo la implementación explicativa, la cual dio paso a la puntualización de los motivos por los cuales estos productos se comercializan, los efectos en la economía del Ecuador y las oportunidades laborales que pueden desempeñar para la comunidad.

En otras palabras, los documentos y bibliografías permitieron conocer el estado de la economía ecuatoriana, el contenido de los productos no tradicionales que mantiene visible el Ecuador y como estos mismo son distribuidos a nivel internacionales, y por supuesto quienes son los países que reciben esas exportaciones. De igual manera, por fuentes periodísticas investigadas, se logra visualizar porcentajes de las exportaciones como también sus registros en años anteriores y consiguientemente, algunas comparaciones pertinentes que se encuentran en los productos de origen tradicional y no tradicional.

Método cuanti y cualitativo

Tomándose en cuenta que, los productos no tradicionales llevan un gran valor agregado, siendo específicamente los conocidos como la madera, enla-

tados de pescado y aceites (BCE, 2020). De la misma se concentra el análisis en criterio otorgados por Paredes Enríquez (2017), con la oportunidad de conocer argumentos sobre el sector externo ecuatoriano y si ha tenido mejora problemática en sus años. Partiendo inicialmente conociendo como es definida la económica ecuatoriana y conectando con lo destacado anteriormente. Teniendo un conocimiento y contenido mucho más claro y convincente de lo investigado, actividad realizada en el primer semestre del año 2022.

Dentro de este enfoque, se tiene en consideración la realización de una examinación de los distintos criterios que manifiesta el tema. Especialmente ante el siguiente punto a abordar, partiendo de opiniones tomadas a estudiantes relacionados a la carrera administrativa, a través de interrogantes seleccionadas dentro del formulario de la encuesta, donde se manifiesten con claridad el tema principal y los distintos puntos tocados dentro de la investigación.

Desarrollo y economía ecuatoriana

Esta es considerada emergente, y está compuesta en su mayoría por el sector servicios, que representaba cerca del 40 % del PIB ecuatoriano en 2013. Aun así, el país tiene una alta dependencia del petróleo, representando este sector junto con el minero el 16 % del PIB (BCE, 2020). La economía ecuatoriana es altamente dependiente de las exportaciones petroleras, pero dentro de las exportaciones no petroleras del Ecuador, los productos no tradicionales se registran en los boletines estadísticos y bases de datos del Banco Central, que, desde 1990 se divide en primario e industrializado.

Ordinariamente, productos como el cacao, banano, café y pescado, mismos que han sido los promotores de varios booms económicos en la historia de la nación (Plusvalores, 2020). Los productos que engloba, son aquellos que historialmente se han venido produciendo y exportando en el país. Por lo tanto, son los productos no tradicionales los cuales están provocando un cambio importante tanto en la matriz productiva como en las condiciones de comercio internacional, por ejemplo, frutas, flores, maderas, entre otros.

Sector externo ecuatoriano

A lo largo del tiempo, la economía del Ecuador se encontraba dependiendo de un modelo de comercio exterior agroexportador, siendo este en un indicio favorable para la comercialización de petróleo y productos no tradicionales. Dicha dependencia produjo que la matriz exportadora que se tenía, se tornara muy frágil ante efectos exteriores por la diversificación de los precios y demanda del mercado extranjero. Por consiguiente, se logra exteriorizar la alta concentración hacia un único producto, impidiéndose la consolidación

efectiva del crecimiento económico tanto en la parte interna del país como a nivel internacional.

Con el tiempo, se buscó reorganizar la oferta exportable del país, aunque la parte nacional y extranjera solo tenían su atención hacia un solo sector de exportación, por lo tanto, esto no era lo suficiente como para ser una alternativa de transformación. De manera que los intercambios con el país de origen, no solo provocan un valor agregado y un entorno de producción e industrialización más sólido, si no que permite evaluar el nivel de contribución que el producto es capaz de lograr en un futuro o simplemente en general dentro del sector externo del Ecuador (Paredes Enríquez, 2017). Determinándose de esta forma, la oferta que organizan los países extranjeros ante las exportaciones, viéndose los intercambios con su bajo y alto nivel agregado.

Para Ecuador, que es un país agrícola y proveedor de materia prima, el ingreso de divisas cumple las ventas de petróleo y aportes tributarios sobre ciertos bienes de exportación (Paredes Enríquez, 2017). Sin embargo, se conoce que desde el año 2000 se ha situado gran diversidad de intentos por lograr que el país tenga una ruta de crecimiento alta en todos los aspectos posibles, con la finalidad de ampliar la economía ecuatoriana hacia el mercado internacional, para que después ocurra la dinamización de esta y, por consiguiente, permitirse acceder al fortalecimiento de nuevos sectores de producción tanto tradicionales como no tradicionales.

Todas las transacciones económicas que cruzan las fronteras de un país, incluidas las exportaciones de bienes y servicios, las transacciones financieras internacionales, el movimiento de bienes de capital y los pagos a organismos internacionales, caen dentro del ámbito del sector externo del país. Las transacciones internacionales de un país se reflejan en su balanza de pagos (KAS, 2023). A partir de ello, es esencial el contar con una visión del sector exterior para que, de esa forma, el intercambio sea una herramienta mediante la cual se logre un crecimiento sostenible y consiguientemente, participar en nuevos mercados comerciales siendo posible identificar nuevos productos, logrando satisfacer las necesidades desconocidas de cada individuo.

Productos no tradicionales en el extranjero

Hace referencia a los bienes o productos que se han unido en los últimos años a los mercados extranjeros, como las exportaciones de flores naturales, frutas tropicales, jugos, enlatados de pescado, madera, entre otros tipos de productos de esta cadena. En cambio, productos no tradicionales como las frutas tropicales (como la granadilla, pitahaya y maracuyá), las piñas, los som-

breros de pijama toquilla y el tabaco en rama demostraron un comportamiento en el que, en la mayoría de los casos en comparación con sus principales competidores globales (Morales & Díaz, 2018). Conociendo esto, el Ecuador consolidó su posición como el país con mayor posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional. Estos resultados resaltan el potencial de los productos no tradicionales en el mercado global, lo que presenta una oportunidad para la diversificación de la oferta de productos exportables y la dinamización de numerosos sectores agrícolas que hoy se encuentran subutilizados.

Los productos industrializados tienen un gran valor agregado en su manufacturación (BCE, 2020). Encontrándose junto a esto los que son simplemente primarios. Por lo cual, se conoce que estos productos industrializados son quienes se incorporaron al mercado internacional de una manera lenta, y por su parte los primarios no sufren algún tipo de transformación en específica. Ambos formando parte de los productos de origen no tradicional, considerándose una de las mayores exportaciones que el país ha podido desarrollar con eficacia y productividad.

Productos no tradicionales en Ecuador

Estos son desarrollados en años recientes, como una respuesta de fortalecer y variar el sistema productivo del país, planeándose aspectos positivos para un progreso eficaz gracias a las tendencias de demandas por parte de los mercados internacionales. Al mismo tiempo, es sustancial mencionar que los productos no tradicionales se convierten, para el Ecuador en general, en un factor primordial dentro de una economía mucho más desarrollada y elaborada, abarcando puntos fundamentales como la innovación, productividad y el encontrarse dentro de mercados mayores, además, permite incrementar bienes que mantengan un crecimiento estable y reduce los productos que forman un riesgo frente a las variaciones de factores externos a los que el país se expone, como el precio internacional del petróleo en sí.

En particular, estos productos son usualmente constan con un bajo valor agregado y entre ellos están la madera, uvillas, pitahaya, aguacate, quinua, granadilla, tomate de árbol, tabaco, abacá y otras como el plástico, químico, papel y cartón. Igualmente se presentan los productos que tienen un alto potencial de crecimiento y valor: fresa, frambuesa, piña, mango, papaya y mora, siendo todos ellos muy predominantes de los no tradicionales, puesto que se debe trabajar en ellos de manera exhaustiva para lograr su ingreso de la forma más conveniente al mercado extranjero y en otros mínimos casos por manifestar, el mercado nacional también es tomado en cuenta.

Por otra parte, la industrialización y exportación de estos se vuelven cada vez más explicativas con su intención de impactar en nuevos mercados, formando de esa manera nuevos que constituyan a un brillante futuro. Por ello es que se toma mucho en consideración la exportación de los productos no tradicionales, llegando a tener un desarrollo eficaz y crecimiento inigualable fuera del mercado ecuatoriano. También, esto implica periodos profundos que identifican un producto a explotar más allá de su identificación, en los mercados existentes con los que se dará el intercambio comercial, igualmente establecer si la oferta exportable de cierto producto está constituida por su capacidad de excedentes, que forman parte de la demanda de productos requeridos en nuevos compradores.

BEC (Banco Central del Ecuador)

Tomando de referencia al banco central del Ecuador, según ello, las exportaciones totales de Ecuador alcanzaron un valor de 22.329,4 millones de dólares FOB en 2019, de las cuales el 99,1% se destinaron a América, Asia y Europa, además, tuvieron una tasa promedio de variación interanual de 2,8% entre 2010 y 2019. (BCE, 2020) Las estadísticas del BCE muestran que las exportaciones no tradicionales fueron de 5.312,1 millones de dólares FOB en 2019, de los cuales los extractos y aceites vegetales contribuyeron con el 3,1%, ubicándose en el puesto 7 de 21 productos; además, los productos industrializados no tradicionales registraron exportaciones por 3.377,9 millones de dólares FOB, donde los extractos y aceites vegetales participaron con el 4,8% y se ubicaron en el puesto 4 de 15 productos.

Conservas de frutos del mar

Las conservas de frutos del mar, se basan en la tecnología de conservación de alimentos que se elabora en recipientes herméticos. Los productos pesqueros seleccionados se sellan en sus paquetes después del envasado al vacío. Este proceso elimina los microorganismos y las enzimas que normalmente modifican los alimentos. A partir de ello, podemos estar seguros de que los alimentos contenidos en las latas durarán mucho tiempo sin romperse ni degradarse una vez que se haya logrado la esterilización completa. Entre lo que abarca las conservaciones están los productos más populares: atún, sardina, mejillones y caballa.

Extractos y aceites vegetales

Uno de los mayores productos no tradicionales en el Ecuador es de origen vegetal, dichas mercancías incluyen aceites y mantecas, aceites esenciales y extractos. Estos son compuestos orgánicos generalmente obtenidos

por una elaboración de prensado a las semillas. Los extractos vegetales se elaboran utilizando los métodos de extracción correctos y un solvente (como alcohol, agua, una mezcla de estos u otro solvente selectivo) para extraer las sustancias biológicamente activas que se encuentran en los tejidos vegetales. También en otros casos requeridos, es posible el uso de aceite vegetal como combustible para vehículos híbridos o modificados. Estos, en definitiva, son una exportación importante para el país, debidamente a su alta demanda en el mercado.

Frutas no tradicionales

Geográficamente hablando, el Ecuador cuenta con una gran variedad de frutas no tradicionales en su línea de productos exportables, entre las que se encuentran el mango, piña, papaya hawaiana, maracuyá (fruta de la pasión), granadilla, pitahaya, uvilla (aguaymanto), limón Tahití, guayaba y palta o aguacate (Portalfruticola.com, 2014). Uno de los productos que más ventas tiene visualizadas es la pitahaya, la cual sigue expandiéndose, gracias a que logró participación en 19 mercados, entre ellos los que más se encuentran destacables son Estados Unidos, Países Bajos, Canadá, Emiratos Árabes Unidos, España, Reino Unido, Rusia, Italia, entre otros más.

El aguacate

El Ministerio de Agricultura ha identificado que es uno de los productos con alto potencial de exportación, pues la demanda a nivel mundial está creciendo a un ritmo de 4% anual (Elproductor.com, 2020). El aguacate es producto no tradicional muy consumido a nivel mundial no solo nacional, el primer cargamento de aguacate producido en Carchi, Imbabura y Pichincha, fue hacia España. Este producto suele venderse en Países Bajos, Hong Kong y Colombia; pero mantiene proyección a otros destinos, en este caso Rusia. Conociéndose que, dentro de este producto, el campo de competencia es muy alto con otros países.

La quinua

Sus ventas superan los \$3,9 millones. Sus exportaciones son dadas a Estados Unidos, Israel, Canadá, Países Bajos, Alemania, Francia, Reino Unido, España, Puerto Rico, Colombia, Guatemala, Paraguay y México (Elproductor.com, 2020). La uvilla es el mayor potenciador de crecimiento en el mercado europeo, debidamente a la creciente demanda de productos saludables y con certificación orgánica. Su principal reto o función en específico es agrupar y tecnificar a los pequeños productores, y por ende establecerse de manera definitiva en el mercado internacional.

La uvilla

Aunque todavía con niveles bajos, se generan \$517.000 y \$486.000, respectivamente, iniciando a abrirse oportunidades en varias partes del mundo. En años anteriores, por ejemplo, se concretó el primer envío de uvilla fresca a Estados Unidos; a partir de ahí, el potencial de crecimiento está en destinos como Canadá, Australia, Francia, México (Elproductor.com, 2020). Este producto es una magnífica fuente de provitamina A (3000 UI de caroteno por 100g), conteniendo en ella una alta concentración de vitamina C, vitamina B, proteínas y una alta concentración de fósforo. Volviéndose muy relevante en el extranjero.

La madera y productos elaborados de madera

Su principal destino es China. Este producto registra la mayor cifra de crecimiento entre los demás exportados: creciendo un 28 % y dejando \$ 434'000.000 en exportación. La madera es un producto 100% natural y ecológico, el proceso de convertir la madera en papel (Greemap.es, 2020). A lo largo del tiempo se han desarrollado nuevos tipos de productos de madera como resultado de la industrialización de la industria de la madera. Algunos de estos productos, en específico, siguen siendo de madera natural procesada y ensamblada de diversas formas, mientras que otros, como las mesas que han sido desarrollados, están hechos de madera y plásticos.

El atún y el pescado

Sus ventas aumentan un 11 % y suman consigo \$ 276 millones. Uno de los pescados que más consumimos, es el atún de lata se elabora a partir de especies más jóvenes y de menor tamaño. Sin duda, el atún que más consumimos que tiene un alto contenido de mercurio (Elproductor.com, 2020). El destino principal que tiene estos productos no tradicionales es Estados Unidos, donde es muy solicitado su comercialización. Además de tener la misma cantidad de proteína y riqueza en vitaminas y minerales que la carne, el pescado también es una gran fuente de ácidos grasos Omega 3 que benefician la salud cardiovascular. Y numerosos estudios revelan los beneficios de consumirlo.

Los aceites vegetales

Colombia es el principal destino de estos productos. Obteniendo dentro de aquí un crecimiento del 19 % y \$ 140 millones en sus ventas. Sin duda, los aceites aportan ácidos grasos esenciales como linoleico y vitaminas liposolubles (A, D, E y K). Los aceites vegetales no deben transformarse, la hidrogeno-

nación pierde muchos de sus beneficios naturales e incluso puede dar lugar al desarrollo de células cancerosas. (Profeco, 2019)

El camarón

El destino primordial de este producto es China. Siendo ahí donde el producto obtuvo un crecimiento del 32 % y en cuanto, a sus valores de ventas alcanzó los \$ 3.691 millones, una bien elevada (Eluniverso.com, 2021). Ecuador el primer país en producir un millón de toneladas de camarones, señaló la revista especializada Aquaculture. El camarón es uno de los principales rubros o simplemente productos no petroleros que exporta Ecuador. Además, esto lo convierte en uno de los mayores productores mundial de camarón, a pesar de la alta competencia visible.

Exportación internacional

Varios sitios y artículos hacen mención a los acuerdos con Estados Unidos y la Alianza del Pacífico, Panamá, Chile y Perú que mantiene el país, también está presente el mercado asiático, el cual específicamente es China. Todo con acuerdos comerciales que tienen como fin que los productos de origen ecuatoriano, tengan consigo un número elevado de consumidores. Tomando mucho en cuenta, que su producción y venta en el exterior se encuentra relacionada con el saber aprovechar las ventajas comparativas que buscan subir su competitividad, y consigo fortalecer lazos en los mercados internacionales.

Con la nueva política de Ecuador de transformar la matriz productiva, buscando, entre otras cosas, transformar al país de un exportador de productos primarios y materias primas a un actor importante en el mercado global con productos de valor agregado, Colombia es un mercado prioritario. Es el destino número uno en América Latina y el segundo en el mundo para las exportaciones no tradicionales de Ecuador, con tendencias de consumo similares y menores requisitos de acceso que los países desarrollados y remotos.

Servicios de Rentas Internas (SRI)

Según datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS), existen 116 empresas productoras de aceites y grasas tanto de origen vegetal como animal, correspondiendo a Guayas, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas, Esmeraldas, Los Ríos y Manabí el 94,0 % de dichas empresas. En esta industria, Tungurahua ofrece 4 empresas (3,4% del total), todas ellas radicadas en Ambato. Por otra parte, el SRI manifiesta que existen alrededor de 142 números de RUC que están dedicados a la producción de aceites y grasas tanto de origen vegetal como animal, siendo los destacables

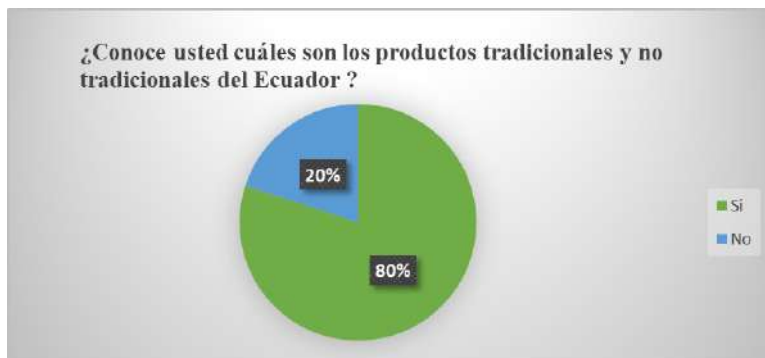
Pichincha, Esmeraldas, Guayas, Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas, Azuay y Los Ríos de los cuales, con un porcentaje de 83,8% (A. M. Sánchez et al., 2022).

Resultados y discusión

El tamaño de la muestra del estudio se fijó en diez personas para que el análisis fuera más fiable y evitar errores en la aplicación de las estadísticas.

Figura 19.

Productos tradicionales y no tradicionales.



Según los resultados de la encuesta, el 80% de los encuestados conocen y entienden qué son los productos ecuatorianos tradicionales y no tradicionales, mientras que el 20% no. Tanto así, la mayoría de los encuestados tienen la capacidad de identificar cuáles son los productos tradicionales y no tradicionales que se exportan desde el Ecuador.

Figura 20.

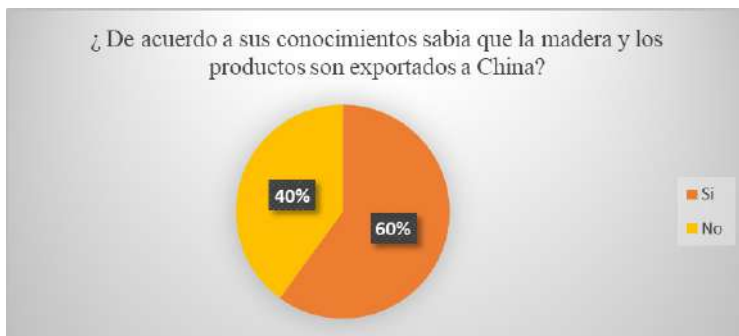
Exportación de productos al mercado internacional.



Al plantear la pregunta que hace referencia a: ¿Conoce usted sobre la exportación de la variedad de productos al mercado internacional? El 100% dijo que si sabía que nuestro país se exportan productos al mercado internacional. Considerando las respuestas por los encuestados es necesario enfatizar que la sociedad ecuatoriana si tiene conocimiento sobre la exportación de varios productos hacia otros países.

Figura 21.

Destino de la madera.



Después de poner en consideración la siguiente pregunta a los encuestados relacionada con: ¿De acuerdo a sus conocimientos sabía que la madera y los productos son exportados a China?, el 60% sabía de dónde venía la madera, mientras que el 40% no sabía nada. China es uno de los principales

comerciantes que acepta los productos de nuestro país, tanto para compra o intercambio, lo que favorece la comercialización de este producto, es por eso que se refleja un aceptable porcentaje de personas que si saben cómo es el movimiento de exportaciones de nuestro país.

Figura 22.

Alianzas.



Como resultado de la pregunta que está relacionada con la alianza que tiene Ecuador con algunos sectores se obtiene, El 40% dice que no, mientras que el 60% dice estar consciente de que Ecuador está aliado con los sectores público, privado y académico. La buena calidad y exportaciones han sido una excelente distribución de cada producto para comercio al instante, ya que estos sectores se alianza con un porcentaje sumatorio para nuestro país en la actividad de exportación.

Figura 23.

Selección de productos.



Según el 17% de los encuestados, es cacao, el 35% es azúcar, y el 48 por ciento son ambos productos. Las esencias naturales son algo importante para el beneficio humano, pero no todos se pueden transformar en esencia, tal como se refleja en los resultados obtenidos, como es el caso de: el cacao y la azúcar, productos que no se pueden transformar en esencia natural.

Discusión de resultados

Como expresa Ormaza-Andrade et al (2019), con resultado de su investigación se identifica, evidencia y afirman que el 21% de los comerciantes informales generan un ingreso que oscila entre 4401 a \$500 mensuales, ingresos que superan el salario básico unificado, sin dejar de analizar un 15 % de comercios informales que poseen un nivel de ingreso de más de \$1000, siendo esta una fuente significativa de ingresos. Además, los comercios informales analizados desde la perspectiva de entradas de dinero, mientras que algunos de ellos solicitaron importantes en la dinamización de la economía (p. 22).

Empleando las palabras descritas en la investigación de Castro Garzón et al (2021), manifiestan que el 37% de comerciantes formales afirman que los vendedores informales generan la máxima competencia en el mercado con precios bajos, restricción de acceso a clientes y competencia desleal, pero el 63% afirmaron no sentirse perjudicados en la economía de muchos hogares debido a que aporta a la reducción de la tasa de desempleo (p.7).

De acuerdo con el análisis de Jiménez González & Nivicela Cadmilema (2022) El cierre de mercado a causa de la pandemia de coronavirus impacto profundamente, que profundamente, que proporcione el cierre de puestos de trabajo por falta de recursos, generando graves pérdidas económicas y pobreza. La falta de empleo evidenciado la necesidad de un acento cambiante a la reactivación comercial vinculando al sector informal o micro negocios propios con ingresos sumamente bajos, con la confianza de mejorar el sistema y la calidad de vida (p.16).

Conclusiones

Tomando como referencia a naciones desarrolladas no dependientes del petróleo, se concluye manifestando que: En Ecuador puede alcanzar la independencia económica del hidrocarburo, mediante alternativas no tradicionales como es el caso de Suiza, cuyos sectores principales de exportación no tradicional radica en la relojería, igualmente esta Finlandia con el papel y

el cartón. Un mercado no tradicional surge cuando una empresa extiende su actividad en diversos países carecientes de dichos productos y con un excelente potencial para negociar.

En el Ecuador, se impulsa un cambio en la matriz productiva, que consiste en mejorar la competitividad sistémica del país, para así, exportar productos con mayor valor agregado al mundo. Se busca que la industria nacional primero reemplace los productos que actualmente se importan, y segundo, que sea capaz de ofrecer sus productos en igualdad o superioridad a los competidores internacionales. Existen trabas para los exportadores, como las normativas adoptadas para proteger a la industria incipiente, las salvaguardias, que han sido catalogadas como un atentado al libre comercio. Estas entraron en vigencia el 11 de marzo del 2015 para 2964 partidas con un arancel de entre el 5% y 45%, lo que ha hecho que el resto de países tome también sus protecciones para evitar el ingreso de productos ecuatorianos.

Bibliografía

- BCE. (2020). *BOLETÍN 35.- Evolución del comercio no tradicional ecuatoriano*. Banco Central de Ecuador. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/BOLETIN352020.pdf>
- Castro Garzón, H., Hernández Criado, J. C., & Sánchez Céspedes, J. M. (2021). Análisis de los establecimientos comerciales en la ciudad de Villavicencio frente a los impactos negativos de tipo socioeconómico. *Revista Boletín Redipe*, 10(12), 332–342. <https://doi.org/10.36260/rbr.v10i12.1592>
- Elproductor.com. (2020). *Conoce a los 10 productos no tradicionales que fueron las “estrellas” de exportación*. 18-12-2020. <https://elproductor.com/2020/12/conoce-a-los-10-productos-no-tradicionales-que-fueron-las-estrellas-de-exportacion/>
- Eluniverso.com. (2021). *Estos son los 10 productos que más se han exportado desde Ecuador en lo que va del 2021*. 1-12-2021. <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/estos-son-los-10-productos-que-mas-se-han-exportado-desde-ecuador-en-lo-que-va-del-2021-nota/>
- García, I. (2023). *¿Qué es la exportación de productos?* 23-03-2023. <https://emprendepyme.net/que-es-la-exportacion-de-productos.html>

- Greemap.es. (2020). *Productos derivados de la madera*. 4-03-2020. <https://greemap.es/maderas/productos-de-la-madera/>
- Grupo El. (2017). *¿Cuáles son los productos tradicionales y no tradicionales?* 14-11-2017. <https://blog.grupoei.com.mx/productos-tradicionales-y-no-tradicionales-mexico>
- Jiménez González, C. D., & Nivicela Cadmilema, M. J. (2022). *Estudio sobre los efectos de la implementación de la educación virtual en la Universidad del Azuay, durante la pandemia por la enfermedad COVID-19* [Universidad del Azuay]. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11797/1/17325.pdf>
- KAS. (2023). *Sistema económico internacional*. Konrad Adenauer Stiftung. https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=47f1dc23-4974-46ee-257a-616eb3326291&groupId=252038
- Morales, N. V., & Díaz, V. A. (2018). Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador: Posicionamiento y eficiencia en el mercado internacional para el período 2013–2017. *X-Pedientes Económicos*, 2(3), 84–102.
- Ormaza-Andrade, J. E., Solís-Muñoz, J. B., Ochoa-Crespo, J. D., & Quevedo-Vázquez, J. O. (2019). Peculiarities of the Small Trade of the Informal Sector in the City of Azogues. *Población y Desarrollo*, 25(49), 55–68. <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2019.025.49.055-068>
- Paredes Enríquez, P. A. (2017). *Análisis de los productos no tradicionales de exportación más relevantes en el período 2007-2014 y su relevancia en el sector exterior ecuatoriano* [Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. [http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13514/ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS NO TRADICIONALES DE EXPORTACIÓN MÁS RELEVANTES EN EL PERÍODO 2007-2014 Y SU RELEVANCIA EN EL SECTOR EXTERIOR ECUATORIANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13514/ANÁLISIS%20DE%20LOS%20PRODUCTOS%20NO%20TRADICIONALES%20DE%20EXPORTACIÓN%20MÁS%20RELEVANTES%20EN%20EL%20PERÍODO%202007-2014%20Y%20SU%20RELEVANCIA%20EN%20EL%20SECTOR%20EXTERIOR%20ECUATORIANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Plusvalores. (2020). *Exportaciones no tradicionales del Ecuador*. 17-08-2020. <https://plusvalores.com.ec/exportaciones-no-tradicionales-del-ecuador/>
- Portalfruticola.com. (2014). *Ecuador y su oferta de frutas no tradicionales*. 4-02-2014. <https://www.portalfruticola.com/noticias/2014/02/04/ecuador-y-su-oferta-de-frutas-no-tradicionales/#:~:text=Gracias a su ubicación geográfica,Tahití%2C guayaba y palta o>
- Profeco. (2019). Todod sobre los Aceites Comestibles. *Revista El Consumidor*, 511.

Sánchez, A. M., Vayas, T., Mayorga, F., & Freire, C. (2022). *Sector Aceites y Grasas del Ecuador*. Universidad Técnica de Ambato. <https://obest.uta.edu.ec/wp-content/uploads/2020/10/Sector-aceites-y-grasas-de-origen-vegetal-y-animal-del-Ecuador-1.pdf>

Estrategia de Gestión Administrativa en los Procesos Sustantivos de la Administración de Mercados Municipales de Jipijapa

Erika Delgado Orlando

Introducción

Los mercados son lugares de comercialización en dónde los productores, agricultores, intermediarios ofertan los productos al público, ellos son ubicados en espacios destinados para esta actividad designados por el municipio. Dada la importancia del comercio como un elemento fundamental para el progreso de las ciudades, y que constituye una necesidad primordial para la economía de los pueblos, no sería prudente dejar a un lado este mecanismo muy importante y necesario para el desarrollo.

Las centrales de abasto son unidades comerciales de distribución de productos alimenticios, que proporcionan a la población servicios de abastecimiento de productos básicos al mayoreo, sus instalaciones permiten concentrar los productos provenientes de diferentes centros de producción, para surtir de éstos a los comerciantes especializados. A través de las centrales de abasto y de los mercados al mayoreo se distribuye 70% de la producción agropecuaria nacional, promoviendo una mayor vinculación con los productores primarios, hacen llegar los alimentos a más de un millón 220 mil establecimientos minoristas y garantizan productos frescos para una alimentación suficiente, sana, variada y a precios bajos (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, 2016).

La Central de Abasto de la Ciudad de México (CEDA) situada en la alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México, la Central de Abasto (CEDA) es el mercado mayorista de mayor extensión del mundo, con una superficie de 3.27 km² — más grande que el territorio de Mónaco— y con un tráfico diario por arriba de 30,000 toneladas de mercancía. El mercado alberga más de 2,000 negocios, que dan empleo a cuando menos 70,000 personas y atienden cada día a más de 300,000 clientes. Alrededor de 35% de los alimentos que se consumen en México se venden a través de la CEDA (CEDA, 2021).

En Ecuador autores como Rodríguez-Segovia et al (2020), manifiestan que los mercados municipales establecen un espacio de expresión de la cultura y el conocimiento de saberes ancestrales, más allá de la gastronomía, ofrecen diversos servicios y productos que muestran la tradición y la idiosincrasia de las poblaciones, un estudio de estos hechos constituye un esfuerzo

para analizar la participación de estos espacios minoritarios comerciales, por ejemplo dentro del turismo cultural de la ciudad de Quito, estos autores concluyen que los mercados municipales están influyendo en el turismo tradicional en la ciudad, aunque las autoridades han comenzado a realizar cambios en algunas áreas, como la limpieza y la seguridad. Sin embargo, el atractivo de los mercados municipales se caracteriza a menudo por la informalidad, la atención personalizada, las diferencias en otras áreas de ventas y el desarrollo gastronómico. Las ferias y mercados constituyen el entorno básico para la comercialización de alimentos, la mayor parte de la población se abastece directamente en ellos, y en el país se abastecen otros canales de redistribución muy importantes.

Los mercados y ferias públicos e informales de Quito son un elemento central de los sistemas alimentarios urbanos y el derecho a la ciudad. Por su carácter multifuncional, los mercados y ferias representan un clúster alimentario, económico, social y cultural de gran importancia para fomentar la soberanía alimentaria, la soberanía económica, el tejido social de la población urbana y relaciones más equitativas con las regiones de abastecimiento de alimentos. El sistema de mercados y ferias de Quito se compone de miles de pequeños emprendimientos, de los cuales, alrededor del 75% son manejados por mujeres. Se estima que este sistema abastece a más del 75% de la provisión de alimentos de la ciudad de Quito. Las características de los mercados y ferias como espacios públicos multifuncionales los diferencia y opone fundamentalmente a iniciativas privadas de tipo enclave como los centros comerciales y las grandes cadenas de supermercados. Sin embargo, varias de estas funciones y hasta la propia supervivencia de la mayoría de mercados y ferias en Quito están en riesgo. Además de la informalidad, la falta de organización que garantice condiciones laborales adecuadas, la ausencia de políticas públicas integrales de varias administraciones municipales ha generado un debilitamiento sistémico de los mercados populares y ferias. Consecuentemente, las grandes cadenas comerciales han ido ganando espacio en detrimento de estos espacios populares. Tomando en cuenta el potencial de los mercados populares y ferias para crear una ciudad más inclusiva y justa, es primordial crear y concertar políticas públicas e iniciativas sociales para evitar que estos pilares de la vida urbana de Quito desaparezcan (Hollenstein, 2019).

En la actualidad el mercado municipal de Jipijapa carece de un sistema de control en el manejo administrativo que efectivice la toma de decisiones, evidenciándose en la desorganización e incumplimiento de los objetivos y normas técnicas. La falta de organización ha llevado a que existan proble-

mas en el manejo de los alimentos como la falta de salubridad, acumulación de basura orgánica e inorgánica, incumpliendo con la seguridad alimentaria (Parrales et al., 2020). Para Almeida (2015, como se citó lojano Lojano, 2020), el problema principal que tienen los mercados municipales y submercados es la falta de aplicación de un modelo de gestión que sea establecido como ordenanza municipal, y que cuente con faces, objetivos, principios para su buen funcionamiento.

Problemática de la Investigación

En la actualidad el mercado municipal de Jipijapa carece de un sistema de control en el manejo administrativo que efectivice la toma de decisiones, evidenciándose en la desorganización e incumplimiento de los objetivos y normas técnicas.

Existen falencias en los mecanismos de control, pese a que se cuenta con legislación para regular el funcionamiento, hacen falta procesos que integren el correcto uso y administración, lo que permitiría mantener un mercado aseado y un ambiente sano.

A continuación, un detalle de la problemática encontrada:

- Deficientes canales de comunicación
- Falencias en mecanismos de control
- Desorden en el comercio
- Inseguridad e insalubridad
- Venta y consumo de bebidas alcohólica en el interior de los mercados
- Insuficiente delimitación de espacios para cada comerciante
- Inadecuado almacenamiento y manipulación de alimentos

El problema científico.

¿Cómo incide la falta de Estrategia de gestión administrativa para el cumplimiento de la mejora de los procesos sustantivos de la Administración de Mercados Municipales de Jipijapa?

Objeto de la Investigación

Proceso de gestión administrativa.

Campo de investigación

Influencia de los procesos sustantivos en la gestión administrativa de los mercados municipales de Jipijapa.

Objetivo General

Validar una estrategia de Gestión administrativa que contribuya a la mejora de los procesos sustantivos de la Administración de Mercados Municipales de Jipijapa.

Objetivos Específicos

- Determinar referentes teóricos de gestión administrativa relacionados a los procesos sustantivos de la administración de mercados municipales de Jipijapa.
- Caracterizar el estado actual de las obligaciones tributarias, así como las normas de seguridad, sanitaria e higiene de los diferentes centros de abastos municipales.
- Diseñar una estrategia de gestión administrativa que contribuya a la mejora de los procesos sustantivos de la Administración de Mercados Municipales de Jipijapa.

Hipótesis

La aplicación de Estrategia de gestión administrativa para el cumplimiento de la mejora de los procesos sustantivos de la Administración de Mercados Municipales de Jipijapa, mejorará el control, la gestión y la regulación de la ordenanza Municipal, esto a su vez permitirá que los comerciantes aumenten el volumen de sus ventas.

- **Variable independiente:** Gestión Administrativa
- **Variable dependiente:** Procesos sustantivos de la Administración de Mercados Municipales de Jipijapa.

Metodología de Investigación

Se aplicará el siguiente tipo de investigación:

Investigación correlacional

El presente análisis se basará en la investigación correlacional, que requiere de un conocimiento de tercer nivel, la misma que tiene como propósito fundamental, mostrar o examinar la relación entre las variables, y a su vez permite medir estadísticamente la influencia de la variable independiente sobre

la dependiente, es decir; el efecto que tiene una estrategia de gestión administrativa, en el cumplimiento de los procesos sustantivos de la administración de mercados de Jipijapa.

Investigación descriptiva

Este tipo de investigación acude a técnicas explicativas, para la recolección de la información como son: observación, entrevista, que permitirán obtener referencias del tema investigado, dentro de un marco de tiempo y espacio específico. Esta investigación, trabaja sobre realidades de hechos y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta de los resultados arrojados.

- **Análisis – Síntesis.** – Permite analizar los principales fundamentos teóricos y epistemológicos sobre gestión y administración en los mercados municipales y su incidencia en el desarrollo económico de los comerciantes.
- **Inducción.** – Para identificar los diferentes componentes de la gestión organizacional y administrativa del mercado municipales del cantón Jipijapa.
- **Deducción.** – Se aplicará con el fin de analizar la ordenanza vigente que regula a los mercados municipales, determinando las características necesarias en la propuesta a validar, desde el enfoque teórico y empírico.

Enfoque de la Investigación

En la presente investigación, se utilizará el enfoque cualicuantitativo por las siguientes razones:

Se utilizará técnicas cualitativas, las mismas que permitirán describir las cualidades, distintivas y características de las variables, que intervienen en el problema.

Se establecerá una mejor comprensión del problema en estudio, mediante la investigación, análisis e interpretación de la realidad, lo que permitirá ir enriqueciendo y perfeccionando, en la medida que lo requiera el estudio.

La investigación será contextualizada, es decir, describirá el problema tal como se presenta en la realidad, recolectando y organizando de manera breve, objetiva y holística las evidencias del problema, precisando cuando se originó y en qué condiciones.

Se realizará la indagación desde el interior de los mercados, en el lugar mismo en donde se están suscitando los inconvenientes que impiden el buen control y regulación de los procesos sustantivos de la Administración de Mercados, para posteriormente realizar una propuesta que solucione dicho problema.

Modalidad de Investigación

La presente investigación, utilizará dos modalidades de investigación, las mismas que se mencionan a continuación:

Investigación bibliográfica

Se hará un riguroso análisis a la información, en concordancia con el problema de investigación, mediante la utilización de lectura científica, y resúmenes de diferentes documentos como libros, revistas, tesis de grado, artículos de internet, etc., que servirán esencialmente para relacionar el pasado y el estado actual del mismo, con el propósito de interpretar, comprender y explicar el problema objeto de estudio.

Investigación de campo

Recolección de información primaria, la misma que será la más efectiva, puesto que el investigador tendrá contacto directo con la realidad, se establecerá mayor conocimiento sobre la problemática que atraviesan los mercados de Jipijapa.

Técnicas de Investigación

Para la obtención de esta información es necesario la utilización de algunas técnicas como:

La **observación directa**, que permite analizar el comportamiento del consumidor y de los comerciantes, así como del personal de la empresa pública de manera confiable y con mayor credibilidad posible.

La **encuesta**, que se aplicará a la población de clientes de los mercados de Jipijapa, con el propósito de conocer las expectativas y necesidades de los mismos.

La **entrevista**, se la realizará al administrador de mercados de Jipijapa, para establecer y conocer las razones por las que se está dando la problemática en los mercados, profundizando así en la información de interés para el estudio de la investigación.

Población y Muestra

El estudio se realizará en el cantón Jipijapa. Al tratar como variable la gestión administrativa que contribuya a la mejora de procesos sustantivos de la administración de mercados de Jipijapa, se considerará como población probabilística los 360 comerciantes censados en los cinco mercados de Jipijapa, desglosados de la siguiente manera: Mercado Central 200, Mercado 7 de septiembre 40, Mercado 13 de octubre 50, Mercado de mariscos 50, Mercado 24 de mayo 20. El estudio incluirá a personas naturales, activas en su actividad comercial. Esta metodología será ajustada a principios científicos.

Desarrollo

Gestión Administrativa

La gestión administrativa es el área responsable de coordinar los recursos administrativos de la empresa. Para llevar a cabo esta tarea, es necesario organizar las necesidades, los procesos y los recursos con los que dispone cada departamento de la empresa y gestionarlos de la mejor manera. Básicamente, la gestión administrativa consiste en dirigir y mantener el control sobre los recursos de una organización, todo ello para obtener los mejores resultados (D. K. P. Ponce et al., 2022).

Peña, Ponce et al (2022), indicaron que una empresa que aplica una adecuada gestión administrativa podrá verse beneficiada desde varios aspectos inherentes a una buena administración entre ellos se pueden destacar:

- 1. Incremento de la productividad.** En primer lugar, cuando se emplea la gestión administrativa de forma correcta permite que se puedan aplicar todos los procesos de manera más simple y sencilla. Lo que optimiza el funcionamiento de todas las actividades de la empresa. Generando un incremento de la productividad, dado que se pueden modificar y adecuar todos los procesos que afectan en forma negativa la productividad.
- 2. Centrarse en el logro de los objetivos.** En segundo lugar, al centrar todas las tareas y actividades en la consecución de los objetivos, todos los esfuerzos se dirigen en la misma dirección. Esto se consigue teniendo una correcta planificación, un conjunto de estrategias bien definidas y un equipo de trabajo que opera de forma coordinada. Todo esto en conjunto hace que los objetivos se alcancen en los tiempos previamente establecidos.

- 3. Maximizar el uso de los recursos.** En tercer lugar, al tener bien determinados los objetivos, las tácticas y al tener los componentes de trabajo ordenado se pueden economizar todo tipo de recursos.

Chiavenato (2014, donde se citó por Ponce et al., 2022), sostiene que: la gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control. En relación a estas afirmaciones, la esfera de la gestión administrativa se centra en los esfuerzos colectivos, para llevar a cabo las actividades dentro de la organización y alcanzar un fin mediante una serie de acciones ordenadas. En la misma línea, Anzola (2002, en donde se citó por Ponce et al., 2022), expresa que la gestión administrativa consiste en realizar acciones en conjunto con todos los órganos involucrados en la realización de los procesos dentro de una organización, y sus actividades son hechas a través de las fases del proceso administrativo

Importancia de la Gestión Administrativa

Los mercados municipales desempeñan hoy en día una función de equilibrio, abasteciendo a la población y promoviendo la economía, determinando los precios a nivel local y generando resultados positivos en los comercios de las intermediaciones. Actualmente, los mercados municipales están inmersos en una etapa de madurez que los lleva a evolucionar y adaptarse a las nuevas costumbres y expectativas, tanto de sus clientes actuales como la de los potenciales compradores, basadas en las nuevas funciones del mercado, comerciales y sociales, que justifican su existencia (López Narváez & Pérez Ocón, 2020).

López Narváez & Pérez Ocón (2020), indicaron: “Contar con una buena gestión administrativa en un mercado municipal, es de vital importancia para el buen funcionamiento de la misma, pues es la base que permite el cumplimiento de los objetivos propuesto a corto, mediano y largo plazo. Los mercados municipales ejercen un papel importante ya que contribuyen a mantener una oferta que va acorde a la competencia”.

En Latinoamérica, uno de los exponentes referente de mayor relevancia en la creación de mercados municipales es México, donde crear una empresa de mercado municipal se constituyó en una obligación de la autoridad, por el compromiso social del Estado para con los ciudadanos. En el Ecuador, bajo la norma constitucional se dio paso a la creación mediante ordenanzas

las empresas públicas municipales, y estas como tales marcaron un aporte significativo en términos de desarrollo dentro de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (Rosado Montoya, 2015).

Fases de la Gestión Administrativa

Para ULATINA (2020), La gestión administrativa en una empresa es clave y sirve como base para la ejecución y potencialización de tareas para cumplir con los objetivos planteados y contribuir con la supervivencia y crecimiento de la misma. Esto se hace posible a través de la aplicación de varios procesos como:

- **Planificación:** el planteamiento de los objetivos de la organización y la sugerencia de los procedimientos para alcanzarlos.
- **Organización:** se refiere al proceso de ordenar y distribuir equitativamente las tareas y recursos entre los miembros de una empresa para que puedan darle el uso correcto y cumplan con las metas planteadas.
- **Dirección:** es el proceso de monitorear y motivar a los trabajadores para que puedan realizar las actividades planificadas.
- **Control:** en este proceso el encargado se asegurará que las actividades sean cumplidas de acuerdo a la planificación”.

Procesos sustantivos de la administración

Procesos sustantivos o agregadores de valor: Son aquellos destinados a llevar a cabo las actividades que permitan ejecutar efectivamente la misión, objetivos estratégicos y políticas de la institución (Sistema de Gestión de la Calidad - UNACH, 2023).

En la actualidad alrededor del mundo, las empresas no pueden sobrevivir, por simple hecho de realizar un buen trabajo, o crear un buen producto. Solo una excelente labor de interacción con los consumidores, permite tener éxito en los mercados globales, cada vez más competitivos. Estudios recientes han demostrado, que la clave para una operación rentable de la empresa, es el conocimiento de las necesidades de sus clientes, y el nivel de satisfacción alcanzado por ellos, al consumir el producto o servicio ofrecido (Herrera Guaitara, 2011).

La investigación como proceso sustantivo se asume como el proceso de producción, aplicación y comunicación de nuevos conocimientos científicos como respuesta a las demandas sociales. Esta función sustantiva comprende

todas las actividades asociadas con el trabajo desarrollado por los investigadores agrupados en organismos colegiados de investigación. (Matos Hernández & Cruz Rizo, 2017) Tiene como propósito contribuir en la consolidación de una cultura institucional basada en la generación, apropiación y difusión del conocimiento científico, la innovación y el aprendizaje constante en la comunidad académica, para hacer de la investigación un hábito permanente. (Piñeiro Hernández, 2013)

Bibliografía

- CEDA. (2021). *Estudio de caso sobre la cuantificación, prevención y reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos*. 15-12-2021. http://www.cec.org/files/documents/publications/ceda_es.pdf
- Herrera Guaitara, R. J. (2011). *Estrategias de Calidad de Servicio al Cliente y su incidencia en el Volumen de Ventas de la Comercializadora e Importadora Grupo Canguro Cía. Ltda* [Universidad Técnica de Ambato]. [http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1021/1/484 Ing.pdf](http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1021/1/484%20Ing.pdf)
- Hollenstein, P. (2019). Están en riesgo los mercados y ferias municipales?: aprovisionamiento de alimentos, economías populares y la organización del espacio público urbano de Quito. *Friedrich-Ebert-Stiftung Ecuador-Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales*. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/15203.pdf>
- LOJANO LOJANO, F. P. (2020). *Modelo de gestión organizacional en la administración del mercado municipal de Jipijapa*. UNESUM.
- López Narváez, H. M., & Pérez Ocón, G. (2020). *Análisis de la gestión administrativa del mercado municipal Jorge Matus Téllez de la ciudad de Jinotepe, tomando como base el año 2019* [Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. <https://repositorio.unan.edu.ni/14167/1/14167.pdf>
- Matos Hernández, E., & Cruz Rizo, L. (2017). La investigación en instituciones de educación superior como proceso sustantivo integrado: su reto endógeno. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 5(3). <https://doi.org/10.26423/rcpi.v5i3.212>
- Parrales, D. V. M., Quimis, D. H. C., Parrales, F. N. M., & Lojano, F. L. (2020). Modelo de gestión organizacional en la administración de los productos alimenticios que se expenden en el mercado de Jipijapa. *RECIAMUC*, 4(1). [https://doi.org/10.26820/reciamuc/4.\(1\).enero.2020.406-423](https://doi.org/10.26820/reciamuc/4.(1).enero.2020.406-423)

- Piñeiro Hernández, A. M. (2013). *Perfeccionamiento de la gestión de la secretaría docente del Centro Universitario de Las Tunas* [Universidad de Las Tunas]. <http://roa.ult.edu.cu/handle/123456789/1966>
- Ponce, D. K. P., Alvia, K. M., & Rodríguez, E. G. (2022). Gestión Administrativa y su Aporte al Desarrollo Empresarial: Caso Cooperativa Moto Taxi de Puerto López. *Dominio de Las Ciencias*, 8(1), 136–151. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2563>
- Rodríguez-Segovia, M. A., Paz-Suconota, F. E., Suarez, A. J. S., & Jumbo, M. F. J. (2020). Conocimientos tradicionales y problemas en el aprovechamiento de recursos pesqueros con los comerciantes de varios mercados de la ciudad de Quito-Ecuador. *Ethnoscintia-Brazilian Journal of Ethnobiology and Ethnoecology*, 5(1).
- Rosado Montoya, S. R. (2015). *Sistema de gestión y mercados municipales, caso de estudio; empresa pública de mercados municipales del cantón Quevedo, año 2013–2014* [Universidad Técnica Estatal de Quevedo]. <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/1972/1/T-UTEQ-0006.pdf>
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (2016). *Las centrales de abasto y los mercados mayoristas en México*. 3-05-2016. <https://www.gob.mx/siap/articulos/las-centrales-de-abasto-y-los-mercados-mayoristas-en-mexico>
- Sistema de Gestión de la Calidad - UNACH. (2023). *Términos y definiciones*. <https://sgc.unach.edu.ec/terminos-y-definiciones/>
- ULATINA. (2020). *Importancia de la gestión administrativa en una empresa*. 25-07-2020. <https://www.ulatina.ac.cr/articulos/importancia-de-la-gestion-administrativa-en-una-empresa>

Calidad de atención y satisfacción al usuario en el sector salud del Ecuador

Ivonne Roxanna Chong Delgado

Resumen

Introducción: La calidad de atención en el sector sistema hospitalario es una variable importante, ya que, mediante la adecuada gestión de ésta, se logra alcanzar tanto la satisfacción de los usuarios como la buena imagen ante la sociedad. Esta investigación tiene como **objetivo** hacer un compendio y análisis de información de artículos científicos sobre atención al usuario en el sector salud. **Método:** se utilizó el descriptivo de diseño cualitativo no experimental y su estudio bibliográfico se realiza en base a datos oficiales actualizados del 2019 al 2021. **Resultados y Discusión:** El 65,1% de usuarios indican que la calidad del servicio es regular, el 45,4% de usuarios se encuentran parcialmente satisfechos. Factores como calidad del servicio de los enfermeros, personal de farmacia, y calidad en la recepción no tuvieron un impacto estadísticamente significativo en los estudios realizados anteriormente. Se logró determinar que existe una gran cantidad de equipamiento médico fuera de servicio debido a la falta de mantenimiento, lo cual afecta el desempeño de los médicos y la calidad de servicio brindada, así también se identificó que el Instituto ecuatoriano de seguridad social no cubre a la gran mayoría de la fuerza laboral ecuatoriana a pesar de que estos no pueden cubrir plenamente sus gastos médicos lo que deja a muchos usuarios sin acceso, prácticamente la atención al usuario presenta dificultad en la gran mayoría de los centros estudiados debido a la falta de recursos, normativas, capacitación personal, infraestructura, por lo que esto es consecuencia de las privaciones que estos tienen. **Conclusión:** se concluye que la atención al usuario presenta dificultades en la gran mayoría de los centros estudiados, esto debido tanto a la falta de recursos, normativas, capacitación de personal, infraestructura, o equipamiento.

Descriptor clave: Calidad, Usuarios, Salud.

Abstract

Introduction: The quality of care in the hospital system sector is an important variable, since, through its proper management, it is possible to achieve both user satisfaction and a good image in society. This research aims to make a compendium and analysis of information from scientific articles on user care in the health sector. Method: the non-experimental qualitative descriptive design was used and its bibliographic study is carried out based on updated official data from 2019 to 2021. Results and Discussion: 65.1% of users indicate that

the quality of the service is regular, 45% 4% of users are partially satisfied. Factors such as quality of nursing service, pharmacy staff, and reception quality did not have a statistically significant impact in previous studies. It was possible to determine that there is a large amount of medical equipment out of service due to lack of maintenance, which affects the performance of doctors and the quality of service provided, it was also identified that the Ecuadorian Social Security Institute does not cover the vast majority of the Ecuadorian labor force, despite the fact that they cannot fully cover their medical expenses, which leaves many users without access, practically the attention to the user presents difficulties in the vast majority of the centers studied due to the lack of resources , regulations, personal training, infrastructure, so this is a consequence of the privations they have. Conclusion: it is concluded that customer service presents difficulties in the vast majority of the centers studied, this due to the lack of resources, regulations, staff training, infrastructure, or equipment.

Key descriptors: Quality, Users, Health.

Introducción

El sector salud es actualmente uno de los sectores de mayor atención por parte de la sociedad, la calidad de atención en el sector sistema hospitalario es una variable importante, ya que, mediante la adecuada gestión de ésta, se logra alcanzar tanto la satisfacción de los usuarios como la buena imagen ante la sociedad.

Durante siglos, desde religiones míticas hasta grandes desarrollos científicos y tecnológicos que brindan diferentes modalidades de atención, la salud ha sido considerada un producto especial y colectivo con múltiples paradigmas, a nivel mundial ha evolucionado de la personalización de la caridad a la importante tarea de la atención médica y los hospitales, y se ha convertido en una desigualdad desatendida en la que dominan los pobres.

Un sistema de gestión de calidad es una serie de políticas métodos y medios precisos para la organización y realización en el plano comercial, así como central de una entidad, es decir, espacios que suelen afectar la posibilidad de que la empresa pueda llegar a impartir sus servicios con los más elevados estándares de calidad y llegar a satisfacer a las solicitudes o necesidades que posee el cliente. En base a ello se destaca la Norma ISO 9001 que se encarga de la gestión de calidad. La ISO 9001 completa tiene que emplear y abordar cada uno de los requisitos expuestos en su normativa, incluidos los requisitos de documentación (ISO 9001: 2015, 2015).

Asimismo, Paul, Mittal, & Srivastav (2016, como se citó por Ríos et al, 2021), mencionan que los componentes para brindar una buena atención al usuario son las facilidades brindadas a los usuarios, las respuestas coherentes y rápidas, el personal atento amable y respetuoso, ausencia de errores, confianza mostrada, etc. El registro del Ministerio de Salud Pública ecuatoriano considera que la atención primaria en salud de alta calidad está en el centro del progreso de la comunidad, restaurando la medicina familiar, reduciendo la congestión hospitalaria y expandiendo la cobertura al menor costo, en otras palabras, el usuario es el protagonista más importante dentro de las organizaciones, ya que los servicios deben estar diseñadas principalmente a satisfacer sus necesidades.

En el ámbito de los servicios de salud, se sostiene que la percepción de la calidad es el resultado de la interacción entre la entidad prestadora de servicios y los usuarios. En ese sentido, la calidad no se limita solo a la formación científica de los profesionales de la salud, sino también por la forma cómo atienden a los usuarios, es por eso que considero que la satisfacción está condicionada por las expectativas, necesidades de índole personal y valores.

Por ello Del Carmen (2019, como se citó por Ríos et al, 2021), determina que la atención de calidad requiere principalmente el esfuerzo articulado de los principales actores de la salud, “repotenciar los procesos de atención, fortalecer la dimensión ética de su ejercicio, así como promover la participación ciudadana en la generación de un sistema de salud de alta calidad”.

Finalmente, el nivel de satisfacción que alcance cada usuario es diferente aun cuando se atiendan en el mismo lugar (Montalvo et al., 2020).

Por lo expuesto, la calidad de atención al usuario, se puede afirmar que es uno de los elementos de mucha importancia en lo que respecta a evaluación de los servicios de la salud; el objetivo de la presente investigación es hacer un compendio y análisis de información de artículos científicos sobre atención al usuario en el sector salud. Esta investigación utilizó el método descriptivo de diseño cualitativo no experimental, el estudio bibliográfico se realiza en base a datos oficiales de la República de Ecuador actualizados del 2019 al 2021. Se tomó como referencia 50 artículos de los cuales se seleccionó 25 para demostración y discusión, por medio de una revisión sistemática y análisis documental de cada uno de los artículos para una comparación de los puntos de concordancia y/o discrepancia entre artículos. En consecuencia, el objeto de investigación: satisfacción al usuario en sector salud y su campo de estudio: calidad de atención.

Resultados

Los porcentajes indican que mientras haya una mejor calidad de servicio, los usuarios se sentirán más satisfechos. Sin embargo, factores como la calidad del servicio de las enfermeras, la calidad del servicio de las farmacias y la calidad de la recepción (turno) no tuvieron una influencia estadísticamente significativa en los estudios previos, por lo que son necesarias más medidas. Teniendo en cuenta estos servicios imprescindibles para los usuarios, no deben quedarse atrás, porque están directamente relacionados con la mejor calidad de servicio para los usuarios. (J. Vera & Trujillo, 2018)

Tabla 2.

Distribución numérica y porcentual por categorías y años.

Categoría	Años			Total, general	%
	2019	2020	2021		
Artículos originales	4	5	14	23	92
Artículos de revisión		1		1	4
Artículos de posición		1		1	4
Total	4	7	14	25	100

Tabla 3.

Distribución por artículo y tema.

Tema	Frecuencia	%
Calidad de atención	14	56
Satisfacción al usuario	11	44
Total	25	100

Discusión

En hallazgos de calidad de atención los resultados mostraron que las dimensiones con mayores problemas de calidad fueron la capacidad de respuesta, fiabilidad y seguridad, en tanto que la dimensión con mayor puntuación fue la de tangibilidad. Se concluye que los usuarios no estuvieron ni satisfechos ni insatisfechos en base a un promedio de 3.62, sobre una media de 3.5 (Guadalupe Rivera et al., 2019).

La calidad de atención percibida por el paciente hospitalizado en los aspectos tangibles presenta en resultados de investigación la opción de mucho

mejor de lo que esperaba arrojó un 40% para el recurso material seguido de mejor de lo que esperaba con un 38,57% en tecnología y como lo esperaba con 21,43% en relación al espacio físico. En aspectos intangibles confianza 54,29%; empatía 22,86% e interés 17,15%, cortesía 2,85%, puntualidad 2,85% (del Rocío-Menendez et al., 2020).

Por otro lado, los resultados de estudios realizados mostraron que existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios externos del servicio de emergencias en el Hospital Teodoro Maldonado Carbo Guayaquil, Ecuador 2020 pues el Rho de Spearman indica una relación positiva y moderada fuerte (0,668) al nivel de $p < 0,01$, lo que es determinado por el 44,6% de los usuarios (Vinueza Domo, 2021).

“La calidad de atención y el tiempo de espera del usuario externo de SALUDMED Durán, Ecuador 2020” tuvo el objetivo de determinar la relación entre la calidad de atención y el tiempo de espera del usuario externo de SALUDMED, Durán Ecuador, 2020; para lo cual la investigación fue no experimental de tipo correlacional descriptiva, teniendo una muestra de 89 usuarios de centros de salud públicos como privados derivados a SALUDMED, a quienes se les aplicó dos cuestionarios con escala de Likert para la obtención de resultados, los cuales permitieron llegar a concluir que la calidad de atención se relaciona de una forma media pero significativa con el tiempo de espera; lo cual se ve reforzado con datos que dicen que cuando la calidad de atención es percibida como buena y muy buena el 43,2% y 52,3% de los encuestados consideró al tiempo de espera como suficiente; de igual forma un 90,9% de los usuarios manifestó que cuando la calidad de atención es muy buena, el tiempo de espera que estos percibieron fue muy poco. Donde el coeficiente de correlación fue de $r=0.417$, mostrando que existe una correlación media, pero significativa entre la calidad de atención y el tiempo de espera que perciben los usuarios de SALUDMED (Carbo Baculima, 2021).

Se concluye que existe una gran cantidad de equipamiento médico fuera de servicio debido a la falta de mantenimiento, lo cual afecta el desempeño de los médicos y la calidad de servicio brindada, así también se identificó que el Instituto ecuatoriano de seguridad social no cubre a la gran mayoría de la fuerza laboral ecuatoriana a pesar de que estos no pueden cubrir plenamente sus gastos médicos lo que deja a muchos usuarios sin acceso, prácticamente la atención al usuario presenta dificultad en la gran mayoría de los centros estudiados debido a la falta de recursos, normativas, capacitación personal, infraestructura, por lo que esto es consecuencia de las privaciones que estos tienen.

Bibliografía

- Carbo Baculima, S. E. (2021). *La calidad de atención y el tiempo de espera del usuario externo de SALUDMED Durán, Ecuador 2020* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/61409/Carbo_BSE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- del Rocío-Menendez, T., Patricia-Panunzio, A., Anzules-Guerra, J. B., Veliz-Zevallos, I. J., & Delgado-Janumis, D. A. (2020). Calidad de atención de enfermería percibida por pacientes hospitalizados en una Institución Hospitalaria Pública del Ecuador. *Domino de Las Ciencias*, 6(4), 1304–1311. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v6i4.1538>
- Guadalupe Rivera, F., Suárez Lima, G. J., Guerrero Lapo, G. E., & Yanca Morera, C. A. (2019). Satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que se brinda en el área de emergencia del hospital general Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Milagro; 2018. *Ciencia Digital*, 3(3), 162–177. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i3.621>
- ISO 9001: 2015. (2015). *Sistemas de Gestión de la Calidad - Requisitos*. http://www.cucsur.udg.mx/sites/default/files/iso_9001_2015_esp_rev.pdf
- Montalvo, S., Estrada, E., & Mamani, H. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. *Ciencia y Desarrollo*, 23(2), 21. <https://doi.org/10.21503/cyd.v23i2.2085>
- Ríos, L. Á., Vásquez, M. E. P., Vásquez, J. M. R., & Alvarado, G. D. P. P. (2021). La Atención al usuario en los sistemas de Salud. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(2), 1806–1819. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.384
- Vera, J., & Trujillo, A. (2018). El efecto de la calidad del servicio en la satisfacción del derechohabiente en instituciones públicas de salud en México. *Contaduría y Administración*, 63(2). <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.07.003>
- Vinueza Domo, K. K. (2021). *Calidad de atención y satisfacción en usuarios externos del área de emergencia del Hospital Teodoro Maldonado Carbo, Ecuador, 2020* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/60319/Vinueza_DKK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

Capítulo

II

Herramientas Tecnológicas en la Investigación Científica



Origen y Aspectos Económicos - Administrativos de las Criptomonedas

M.F. Andrés Ultreras Rodríguez; Dr. José David Martínez Castro; Dr. Liberato Cervantes Martínez; M.C. Cynthia Michel Olguín Martínez

Resumen

En la actualidad, aún es común conocer muchas personas que jamás han escuchado hablar de la palabra criptomoneda, o bien, si la han escuchado, desconocen qué es o para qué sirve; de igual manera, encontramos a muchas otras personas que, aunque conocen un poco del tema, sienten temor de involucrarse en un mundo totalmente desconocido que, en su momento, pueda llevarlos a perder dinero. La situación se complica aún más cuando aquellos que quieren incursionar en la temática, se encuentran con una cantidad importante de terminología que vienen a complicar un poco más las cosas, desanimándolos a seguir aprendiendo sobre el manejo o utilización de las mismas con fines personales o empresariales, entre otras posibilidades. Sin embargo, el desconocimiento sobre el tema de una cantidad importante de la población mundial, no ha detenido el crecimiento económico que se ha dado en el mundo entero ni ha frenado la apertura de los negocios que han adoptado como medio de pago algunas de las criptomonedas más comunes. Por lo anterior, se ha considerado importante, realizar un análisis sobre el conocimiento de este tema y la percepción del impacto económico administrativo que está ocasionando a nivel mundial.

Palabras clave: Criptomonedas, Blockchain, Bitcoin, Fiat, Altcoins, Hash, Criptografía.

Abstract

At present, it is still common to know many people who have never heard of the word cryptocurrency, or, if they have heard it, do not know what it is or what it is for; In the same way, we find many other people who, although they know a little about the subject, are afraid of getting involved in a totally unknown world that, in due course, can lead them to lose money. The situation is further complicated when those who want to venture into the subject, find a significant amount of terminology that come to complicate things a little more, discouraging them to continue learning about the management or use of them for personal or business purposes, among other possibilities. However, the ignorance on the subject of a significant amount of the world's population has not stopped the economic growth that has occurred throughout the world or has slowed the opening of businesses that have adopted as a means of payment some of the most common cryptocurrencies. Therefore, it has been considered important

to carry out an analysis on the knowledge of this subject and the perception of the administrative economic impact that it is causing worldwide.

Keywords: Cryptocurrencies, Blockchain, Bitcoin, Fiat, Altcoins, Hash, Cryptography.

Introducción

El impacto que las criptomonedas ha tenido en las diferentes y muy diversas vertientes que abarca, ha mostrado la necesidad de investigar cada una de ellas por separado; sin embargo, el estudio de cada una de esas vertientes, obliga a conocer el origen tanto de las criptomonedas, como de la tecnología que la respalda, denominada Blockchain.

La terminología que se utiliza al hablar de esta temática, vuelve complicada y confusa su comprensión; por ello, es imperante la necesidad de conocer el surgimiento y desarrollo durante sus primeros 14 años.

Por otro lado, la economía y la administración, han sido algunos de los aspectos donde más se ha visto reflejado el impacto de las criptomonedas, tanto que, en la actualidad algunos países ya han asumido algunas de ellas para el manejo de su economía; de igual manera, cada vez son más las empresas que incursionan al recibir criptomonedas como medio de pago.

La información presentada, refleja el resultado de un estudio realizado mediante encuestas aplicadas con un formulario de Google a estudiantes, docentes y público general que han estado presentes en 30 conferencias presenciales o virtuales impartidas en diferentes países de Latinoamérica por uno de los autores, logrando conocer la opinión de 1,482 asistentes respecto al conocimiento de la existencia, origen e impacto en el ámbito económico-administrativo antes de la conferencia a impartir.

Hay que destacar que Bitcoin fue la pionera en todo este proceso, sin embargo, en la actualidad, existen otras muchas con las que se pueden realizar las transacciones que queremos (Riera, 2022).

Por ello, es importante conocer qué son, cómo surgen, cuál es su respaldo tecnológico, etc., para poder determinar nuestras propias conclusiones respecto a las ventajas y desventajas de estas Criptomonedas, buscando impulsar el crecimiento económico de nuestras empresas y/o el personal propio, y así mismo, que los administradores de empresas, tengan los elementos necesarios para la toma de decisiones.

Desarrollo

Es común encontrar una cantidad importante de personas que sienten la curiosidad de saber qué son las Criptomonedas, qué relación guardan con la tecnología Blockchain y con el Bitcoin, algunas de estas personas intentan aprender un poco de estos conceptos por su cuenta, sin embargo, esa labor en ocasiones se torna un poco compleja debido a que se encuentran con una cantidad grande de términos que vienen a complicar más la comprensión de lo que todo esto implica.

Por tal motivo, nos adentraremos en este maravilloso mundo desde sus orígenes, buscando con ello, aprender desde lo más básico, desde los antecedentes de 3 conceptos que se encuentran íntimamente ligados: Criptomonedas, Blockchain y Bitcoin.

Las criptomonedas son activos digitales que están asegurados por la criptografía, lo que hace casi imposible el fraude. El 98% de las criptomonedas son proyectos descentralizados que se sustentan sobre una tecnología conocida como Blockchain, que provee a los usuarios de la no necesidad de confianza entre partes y de la no intervención de terceras partes intermedias, con todo lo que ello conlleva en términos de complejidad, gastos y rapidez (Neira Suárez, 2022).

En otras palabras, las Criptomonedas son un medio de intercambio, tal y como lo fue en su tiempo el trueque y posteriormente el dinero Fiat, o sea, el dinero que conocemos de uso corriente, con la diferencia que este medio de intercambio es digital.

La primera Criptomoneda que empezó a operar fue Bitcoin en enero de 2009 (hace un poco más de 13 años), posterior a ella, surgieron muchas otras con diferentes características y protocolos, las cuales conocemos como Altcoins.

Criptomonedas = Bitcoin + Altcoins

Una de las definiciones que se considera más completa de Bitcoin y que vale la pena considerar a pesar del tiempo de su publicación, es la de Arreola (2019), quien menciona que: “es una aplicación de la tecnología *Blockchain*, la cual permite a dos personas transferir valor de manera segura, inmediata, y permanente, de forma electrónica, sin la necesidad de que un tercero centralizado -en este caso un banco- lo certifique”.

De la definición anterior, vale la pena rescatar lo siguiente:

1. Blockchain es la tecnología que respalda a Bitcoin.
2. Transferencia electrónica de valor: segura, inmediata y permanente.
3. Sin un tercero centralizado de por medio.

El tercer punto es el que se vuelve muy atractivo, pero que, a la vez, causa preocupación o inquieta a los que empiezan a conocer de Bitcoin y las Criptomonedas.

El creador del sistema fue un individuo o grupo de personas conocido por el seudónimo de Satoshi Nakamoto, del cual no hay más noticias desde 2020. Durante años, la identidad real de Satoshi ha sido debatida e incluso hoy en día se presumen reclamos y declaraciones rimbombantes de personajes que dicen ser él, sin poder demostrarlo (Coen, 2020).

En la actualidad, estamos acostumbrados a operar nuestras transacciones de valor mediante una institución bancaria y/o su plataforma digital, ya sea con PayPal, Western Union, Visa, Mastercard, etc., pero con Bitcoin, contamos con una red que tiene las siguientes características:

1. Abierta.
2. Persona a persona.
3. Segura.
4. Instantánea.
5. Gratuita.

Entonces, si no hay de por medio un tercero centralizado (banco), ¿qué es lo que me brinda seguridad en la red Bitcoin?, la respuesta es: la tecnología Blockchain (Cadena de bloques).

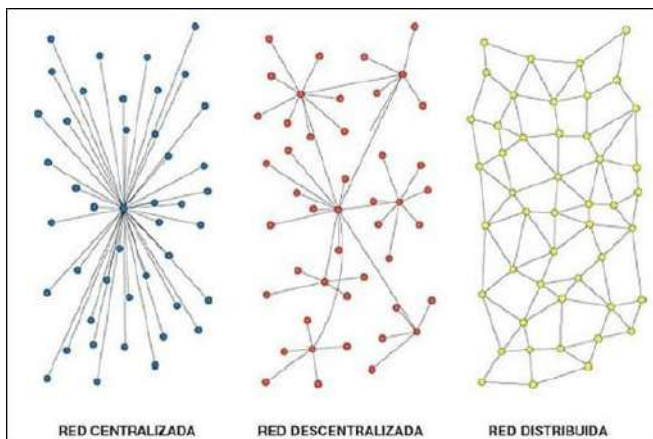
Blockchain fue creada en 1991, siendo utilizada por primera vez hasta el 03 de enero de 2009 (18 años después), precisamente con Bitcoin.

El Blockchain o cadena de bloques es un registro público de transacciones que se mantiene mediante una red distribuida de computadores, que no requiere respaldo de ninguna autoridad central o una tercera parte y que ofrece un esquema transaccional libre de intermediarios, gracias al uso de algoritmos criptográficos. Sería como el libro de registros de contabilidad de una empresa en donde se registran todas las entradas y salidas de dinero, aunque en este caso hablamos de un libro de acontecimientos digitales que no requiere de un intermediario centralizado que identifique y certifique la información, sino que está distribuida en múltiples nodos independientes entre sí que la registran y la validan sin necesidad de que haya confianza entre ellos (Castro Gómez et al., 2017).

Una red distribuida, tiene como característica, que todos los nodos están unidos y no cuentan con un nodo central que ponga en vulnerabilidad a dicha red. De tal manera que, si uno de los nodos se ve afectado o alterado, los demás nodos identifican dicho cambio y automáticamente lo descartan para formar parte de la cadena de bloques (blockchain).

Figura 24.

Topologías de Red.



Nota. Adaptado de *Cómo funciona una red distribuida*, por Gatell, 2018, gatlillasociados (<http://www.gatlillasociados.com/como-funciona-una-red-distribuida/>)

Considerando lo anterior, es precisamente dicha red y el sistema criptográfico que se utiliza, quienes nos brindan esa seguridad y confianza. Pero, surge una nueva pregunta: ¿Qué contiene cada uno de esos bloques que conforman la cadena? Poniendo como ejemplo una red transferencia de valor, podemos mencionar:

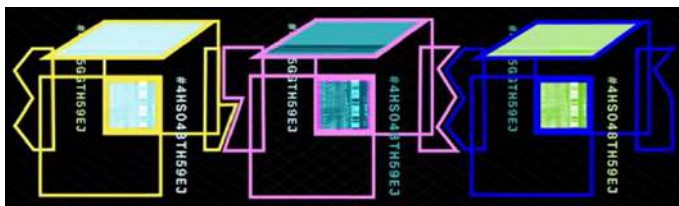
1. Información de la transferencia: emisor, receptor, fecha de la operación, importe transferido.
2. Hash (número único e irrepetible).
3. Relación con los bloques (anterior y sucesor).

Como podemos observar en la Figura 2, tenemos la representación gráfica de una cadena de bloques, donde la unión entre el primer bloque y el se-

gundo, es diferente a la unión entre el segundo y el tercero. Dicha unión representa al Hash, el cual se modifica permanentemente conforme se incorpora o modifica la información que contiene el bloque, de tal manera que, si uno de esos bloques es retirado de la cadena y es alterado, automáticamente el hash cambiará, evitando que pueda incorporarse de nueva cuenta a la cadena de bloques existente y aplicarse los cambios realizados.

Figura 25.

Representación de Blockchain (cadena de bloques).



Nota. Adaptado de *¿Qué es "Blockchain" en 5 minutos?*, por Canal PlayGround, 2018, youtube.com (https://www.youtube.com/watch?v=Yn8WGaO__ak)

Para entender un poco mejor lo descrito, se numera el ejemplo de cómo funciona Blockchain.

1. Dos personas requieren intercambiar valor (datos, contratos, dinero, etc.).
2. La transacción es representada como un bloque.
3. El bloque es enviado a cada uno de los nodos de la red.
4. Los nodos de la red validan la transacción usando criptografía.
5. El bloque es agregado a la cadena de bloques, con un mecanismo de seguridad que hace imposible modificar los bloques ya añadidos a la red.
6. Se completa la transferencia del activo.

El tema de las Criptomonedas es muy amplio, puesto que puede analizarse desde diferentes aspectos: económico, financiero, contable, administrativo, tecnológico, etc.

Para este estudio, se han considerado 2 de esos aspectos, el económico y el administrativo, obteniendo información mediante encuestas realizadas con un formulario de Google, siendo aplicado al inicio de 30 conferencias rea-

lizadas en diversos países de Latinoamérica, rescatando 1,482 respuestas de dichos asistentes, siendo estos: estudiantes, docentes y público en general.

Los resultados obtenidos, mostraron que el 72% de los encuestados, nunca habían escuchado la palabra criptomonedas, y del 28% restante, el 21% desconocía su utilización o algún dato de importancia. Del 7% que manifestó tener cierto conocimiento de la manera de operar, solamente el 2% tenía la experiencia de utilizar una aplicación donde operaban con ellas de alguna manera.

Sin embargo, a pesar de dichos resultados, podemos observar que países como El Salvador, cuentan dentro de su economía con una Ley Bitcoin, la cual, en su Capítulo I: Disposiciones Generales en su Art. 1 mencionan que dicha ley: tiene como objeto la regulación del bitcoin como moneda de curso legal, irrestricto con poder liberatorio, ilimitado en cualquier transacción y a cualquier título que las personas naturales o jurídicas públicas o privadas requieran realizar (Asamblea Legislativa República del Salvador, 2021).

De igual manera, países como Venezuela y China, solo por mencionar algunos, ya cuentan con regulaciones o Decretos que autorizan la operatividad mediante criptomonedas, por ello, es innegable el impacto económico que a nivel mundial se está teniendo.

Los administradores en la actualidad, tienen retos importantes, ya que cada vez será más frecuente encontrarse con empresas que acepten como medio de pago criptomonedas, por lo que tendrán que conocer los alcances y las oportunidades que se estarán presentando, debiendo analizar e interpretar adecuadamente el comportamiento de los mercados financieros en la búsqueda del crecimiento económico de sus empresas y del país mismo.

Conclusiones

Con lo abordado en este artículo, es posible determinar la relación que existe alrededor de las Criptomonedas. La tecnología Blockchain nace en 1991, siendo utilizada por primera vez en 2009 para crear Bitcoin, la primera de muchas Criptomonedas que surgirían y que se les reconocería como Altcoins.

El sistema criptográfico de la tecnología Blockchain y la red distribuida con la que trabaja, son las que han brindado esa seguridad a muchos de los que hoy en día se mantienen en el mundo de las Criptomonedas.

Debido a lo anterior y sabiendo el papel que actualmente tienen las criptomonedas en algunos países donde su economía está basada en criptomonedas, o al menos, ya existen decretos y leyes que permiten el uso legal de ellas, el impacto económico-administrativo se puede presumir que irá en un incremento muy vertiginoso, puesto que cada vez son más los países que analizan la posibilidad de incorporarlas como de uso legal, y por otro lado, la información que se está dando a conocer por medios de comunicación, internet, redes sociales, conferencias, etc., se estima sea difundida rápidamente a la población mundial, volviéndose en un futuro cercano, un tema bastante común para todos.

Bibliografía

- Arreola, J. (2019). *Criptomonedas: ¿qué son y por qué importan?* 09-06-2019. <https://www.forbes.com.mx/criptomonedas-que-son-y-por-que-importan/>
- Asamblea Legislativa República del Salvador. (2021). *Decreto N° 57*. 9-06-2021. <https://www.jurisprudencia.gob.sv/DocumentosBoveda/D/2/2020-2029/2021/06/E75F3.PDF>
- Canal PlayGround. (30 de marzo de 2018). *Qué es “Blockchain” en 5 minutos*. [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=Yn8W-GaO__ak
- Castro Gómez, S., Malagón, J., & Montoya, G. (2017). Blockchain: mirando más allá del Bitcoin. *Semana Económica*, 1.
- Coen, D. (2020). *Preguntas y respuestas sobre bitcoin, del concepto a la definición de la suite LNP/BP*. Independently published.
- Neira Suárez, B. (2022). *Origen y definición de las criptomonedas: el Bitcoin y los Non Fungible Tokens* [Universidad de Oviedo]. https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/63518/TFG_BorjaNeiraSuarez.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Riera, A. (2022). Aspectos especulativos en el mercado de criptomonedas. *Investigación, Transcomplejidad y Ciencia*, 3(2).

Irrupción del Blockchain y su Convergencia Tecnológica en Investigación de Mercados: Impactos Academia-Empresa en Ecuador

Betty Janeth Soledispa-Cañarte; Tibisay Milene Lamus De Rodríguez; Erick Joel García-Parrales

Resumen

Blockchain tiene aplicaciones más allá de las criptomonedas y es un conjunto de bloques que se pueden utilizar para cualquier campo, las empresas están buscando utilizar este tipo de tecnología para mejorar y automatizar las operaciones comerciales y aumentar su competitividad en los mercados. En Ecuador, Big Data tiene más potencial de adopción dentro de la nación, sin embargo, Blockchain tiene un potencial limitado debido a la falta de conocimiento de la tecnología. Esto da como resultado que las empresas son menos propensas a comprometerse con contratos con tecnología disruptiva desconocidas. El objetivo principal de esta investigación es sustentar el impacto de la tendencia tecnológica del Blockchain con las instituciones, empresas u organizaciones en Ecuador. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo a nivel descriptivo, investigación-acción y de campo, apoyada en el estado del arte y fuentes elementales de producción científica e investigación tecnológica para entender y modificar una realidad social sostenible y resiliente. Su desarrollo proporciona una visualización general de la situación actual desde la organización laboral del sector estudiado, enfocado en las particularidades esenciales en cuanto a la irrupción del Blockchain donde se requiere de una rápida adopción y que se generen aplicaciones públicas descentralizadas apoyando el perfeccionamiento de los fundamentos en aspectos económico, empresarial, político y social en pro de vislumbrar la potencialidad transformadora del conocimiento en el proceso mismo de su praxis enriquecedora.

Palabras clave: Blockchain, Big Data, Criptomonedas, Bitcoin, Tecnología, Resiliencia.

Abstract

Blockchain has applications beyond cryptocurrencies and is a set of blocks that can be used for any field, companies are looking to use this type of technology to improve and automate their business operations and increase their competitiveness in the market. In Ecuador, Big Data has more potential for adoption within the nation, however, Blockchain has limited potential due to lack of knowledge of the technology. This results in companies being less likely to commit to contracts with unknown technologies disruptive. The main objective of this research is to sustain the impact of the technological trend of Block-

chain with institutions, companies or organizations in Ecuador. The research had a quantitative approach at the descriptive level, action and field research, supported by the state of the art and elementary sources of scientific production and technological research to understand and modify a sustainable and resilient social reality. Its development provides a general visualization of the current situation from the labor organization of the sector studied, focused on the essential particularities regarding the irruption of the Blockchain where rapid adoption is required and decentralized public applications are generated, supporting the improvement of the fundamentals in economic, business, politician and social aspects in order to glimpse the transformative potential of knowledge in the very process of its enriching praxis.

Keywords: blockchain, Big Data, Cryptocurrencies, Bitcoin, Technology, Resilience.

Introducción

En tiempos recientes, en Ecuador la información se almacena en bases de datos centralizadas que se alojan en un único servidor. Estas bases de datos centralizadas, que son mantenidas por un administrador central, pueden encontrarse con una serie de problemas internos y externos difíciles de resolver. Hoy en día, la tecnología Blockchain permite una liquidación más rápida al registrar las transacciones de forma automática y en tiempo real, lo que lleva a una rápida finalización del pago y ofrece un análisis en tiempo real que los sistemas existentes en este momento no ofrecen.

Aunque inicialmente fue popularizada por Bitcoin, la tecnología Blockchain está revolucionando el mundo digital al ofrecer una nueva perspectiva sobre la seguridad, la solidez y la eficiencia de los sistemas. Blockchain es mucho más que una base para la moneda digital; proporciona una forma segura de intercambiar cualquier tipo de bien, servicio o transacción. El crecimiento de los negocios y la industria depende cada vez más de las relaciones basadas en la confianza. Blockchain posibilitará estas relaciones al permitir cadenas de valor ágiles, innovación de productos, relaciones estrechas con los clientes y una rápida integración. Esto dará lugar a menores costes comerciales con un contrato fiable y supervisado sin la participación de terceros que no pueden añadir valor directamente.

La tecnología Blockchain surgió como una solución a los problemas causados por la concentración de la información provocada por la centralización de las bases de datos que puede ser compartida por un gran número de

usuarios y que permite su organización y almacenamiento de forma inalterable, consistiendo en numerosas cadenas de bloques que se conectan entre sí de forma cronológica, lo que permite el almacenamiento digital de información en una red descentralizada que es gestionada por todos sus usuarios en lugar de un servidor central (Oswaldo, 2022).

La adopción de la tecnología blockchain en Ecuador es todavía bastante baja, aunque ha mostrado un ligero crecimiento este año. Según una encuesta realizada a lo largo de dos años, la diferencia entre 2020 y 2021 en cuanto a la adopción de la tecnología blockchain es de apenas un 17%, se debe a que los pocos empresarios que están familiarizados con la tecnología ven oportunidades de crecimiento empresarial gracias a los numerosos ejemplos de uso para diversas industrias que se reportan con frecuencia, manifestando que los empresarios están adoptando una nueva perspectiva. Así mismo, uso de la tecnología blockchain aporta un 73% de fiabilidad cuando se utiliza en las empresas, mientras que las soluciones en la nube (69%), la inteligencia artificial (44%), la automatización robótica (41%) y el internet de las cosas (IoT) aportan un 28%. Otras tecnologías consideradas para la adopción por parte de las empresas son la realidad virtual (11%), los drones (9%) y las imágenes 3D (3%).

Dicho esto, el objetivo principal de este estudio es evaluar la irrupción del Blockchain y su convergencia tecnológica en investigación de mercados de acuerdo a los impactos de academia-empresa en el Ecuador. Para conocer su adaptación con las organizaciones se realizaron encuesta con los directores de varias empresas o instituciones. Esta investigación resalta las ventajas de la manipulación de la tecnología del Blockchain de acuerdo a la Ley de Modernización a la Ley de Compañías. Además, pone en manifiesto una estrategia para cuantificar y comprender rápidamente la dinámica de los sistemas tecnológicos de criptomonedas.

Criptomonedas

Las criptomonedas han surgido como un desafío directo al sistema financiero tradicional, permitiendo que las transacciones se completen sin necesidad de un banco o cualquier otro tipo de intermediario, lo que se traduce en importantes beneficios como la reducción de los costes de transacción, el aumento de la velocidad y la simplicidad, y un mayor nivel de seguridad.

El Código Civil Ecuatoriano en su Artículo 1492 determina los parámetros mínimos de validez de cualquier contrato de compraventa, en concordancia con las disposiciones de la Ley de Comercio Electrónico, mismas que ampa-

ran la compra de Bitcoins en Ecuador por existir capacidad, objeto y causa lícitos. La autoridad monetaria del país, el Banco Central de Ecuador, declaró en enero de 2018 que la criptomoneda no está reconocida como método de pago, aunque no prohíbe las inversiones en la red, pero esto no impide que los usuarios de Bitcoin continúen comprando. Por lo tanto, Ecuador no es una excepción, las criptomonedas están en el mercado y las transacciones con ellas poco a poco se van familiarizando para algunos ecuatorianos que toman el riesgo de invertir teniendo en cuenta que es una moneda descentralizada y que no existe una entidad (Teresa Brito Calahorrano, 2021).

En otras palabras, la gestión de un sistema digital se basa en el uso del dinero electrónico en América Latina, es posible investigar y analizar fácilmente los datos que poseen las organizaciones de todo el mundo para proporcionar una amplia información para posibles inversiones y ventas de bienes y servicios. Además, en Ecuador se considera que hay que hacer una clara distinción sobre la comprensión de las criptomonedas, que es un término amplio para referirse a las monedas digitales. Dentro de éstas podría estar cualquier tipo de método de pago electrónico y, por otro lado, cualquier tipo de criptodivisa bitcoin puesto que utilizan algoritmos matemáticos para intercambiar información económica entre las partes involucradas en un proceso de comercialización.

Una de las ventajas de las criptomonedas sobre otro tipo de activos, y del dinero en general, es su facilidad para enviarlas y recibirlas, esto permite moverlas de una cartera a otra, en cualquier lugar del mundo, en todo momento y por una fracción del costo de los métodos tradicionales existentes.

Por consiguiente, están estipulados los elementos de criptomonedas:

Monedas digitales: Son programas informáticos que le permiten almacenar, enviar y recibir dinero generando dos contraseñas. La primera es una clave pública que corresponde a su número de cuenta bancaria, y la segunda es una clave privada que cumple la función de contraseña para el receptor y le permite desbloquear y utilizar sus fondos existentes. Las claves del emisor y del receptor deben coincidir para que la transacción tenga éxito.

Blockchain: Se trata de un conjunto de tecnologías que permiten mantener una base de datos de información distribuida, descentralizada, sincronizada y altamente segura, utilizada por ordenadores y otros dispositivos. Su principal ventaja es que permite registrar una transacción en la web de forma verificable, infalsificable y transparente, sin necesidad de que un tercero la valide. Además, tiene el potencial de reducir los costes, acelerar las transac-

ciones nacionales e internacionales y reducir los riesgos de fraude mediante la autenticación en línea.

Para entender el auge de las criptomonedas y el blockchain, es necesario entender primero cómo funcionan. Las operaciones realizadas con una moneda fiduciaria o dinero ficticio dependen de un tercero que, valida, verifica y guarda la información en un esfuerzo imperfecto por evitar el fraude. En el caso de las operaciones o tenencias en el mundo real, considere que los billetes de papel que poseen los participantes son un sistema fiable que está regulado y garantizado por el emisor de la moneda. Incluso con las operaciones digitales basadas en el dinero fiduciario, se sigue confiando en un tercero, en este caso los bancos o instituciones financieras que operan en línea validando, verificando y registrando las transacciones.

La tecnología blockchain elimina por completo la necesidad de un tercero al operar dentro del mismo sistema y utilizar la potencia de cálculo de todos los participantes del sistema para regular y garantizar su integridad mediante lo que se conoce como pruebas criptográficas.

La tecnología Blockchain en las empresas

Blockchain es una tecnología que garantiza la integridad y la fiabilidad de los registros de las transacciones sin el uso de un tercero como proveedor de servicios de confianza, permitiendo que todos los participantes de la red creen, capturen, almacenen y verifiquen la información de las transacciones de forma conjunta, y cuenta con la infraestructura para realizar diversos servicios de aplicación basados en la infraestructura de red distribuida, utilizando tecnologías de seguridad como firmas digitales creadas para almacenar y utilizar de forma segura una criptomoneda conocida como Bitcoin.

Las empresas afirman que cuando se trata de transparencia, las soluciones basadas en tecnología blockchain permiten el registro descentralizado e inmutable de todas las actividades a lo largo de la cadena de valor. Blockchain proporciona numerosos beneficios tecnológicos clave a los usuarios que son implicaciones de su arquitectura fundamental. Algunas de estas características son la durabilidad del proceso, la transparencia, la inmutabilidad y la integridad (Álvares, 2018).

En Ecuador, David Ramírez cofundador de la cooperativa quiteña Libretec, ha invertido en proyectos de Blockchain, destacando la billetera móvil, que ocupó el segundo lugar en Banca Digital en 2018. El monedero móvil transfiere moneda digital entre dispositivos móviles y monederos móviles a puntos de venta fijos, que se denominan puntos de venta.

Por otro lado, el Banco de Guayaquil, en colaboración con IBM, presentó la plataforma IBM Blockchain como solución al sistema financiero, permitiendo a los clientes de esta entidad bancaria canjear puntos por vuelos, vehículos, reservas de hotel y la compra de diversos productos a través de internet, reduciendo así el fraude y los errores en estas recompensas.

Así mismo, IBM Food Trust es el programa utilizado para evaluar la seguridad de los productos en Ecuador, siendo el sector camaronero el primero del mundo en desplegar esta tecnología. Empresas como Songa, Omarsa, Santa Priscila y Promariscos utilizan este software, que permite al consumidor conocer el origen del producto, quién lo ha elaborado, cómo se ha procesado y cómo se ha entregado y otra empresa que ha comenzado a utilizar Blockchain para su comercialización es El Ordeo, que utiliza esta tecnología en los envases TRU para controlar el viaje desde la producción hasta el consumidor. El director general de esta organización afirmó que el uso de esta tecnología proporciona la transparencia necesaria para la certificación del producto, con la esperanza de que la producción de leche aumente un 1,8% al año.

Por lo tanto, con el nuevo cambio en la seguridad alimentaria llegó la creación de la nueva Ley Orgánica de Acuicultura y Pesca, que contiene 229 artículos referidos a Blockchain como sistema de trazabilidad de los productos, dado que la pesca y la acuicultura suponen el 38% de las exportaciones no petroleras (Morocho et al., 2020).

Niveles de Blockchain

Blockchain hace posible la difusión de información confiable, garantizando así el intercambio de activos de manera eficiente, que otorga la posibilidad de establecer contratos digitales bajo políticas de seguridad, lo cual garantiza que el tributo evidencié adaptabilidad a las interacciones de los individuos y organizaciones, para con ello garantizar que los registros y las transacciones sean las apropiadas y se efectúe un proceso garantizado y confiable.

De acuerdo al desarrollo de la presente investigación y basados en los beneficios que se pueden obtener con el uso del Blockchain se estima que, de manera global las entidades darán inicio al uso de estrategias digitales, generando una economía de mayor confianza y aprovechando las oportunidades que puedan acontecerse con la aplicación de esta herramienta.

Piscini et al (2016), enfatizan que existen tres niveles de Blockchain, cada uno con su importancia respectiva, para su mejor comprensión, se detallan a continuación:

- **Almacenamiento de registros digitales:** La característica principal que evidencia es el control adecuado y seguro de los registros sean estos auditables, e inmutables, en el que las grafías digitales son físicas y confiables, para lo cual existe una programación altamente diseñada con resistencia ante las manipulaciones e interrupciones.
- **Intercambio de activos digitales:** Los usuarios de Blockchain, tiene la posibilidad de emitir nuevos activos y transferir la propiedad en tiempo real sin bancos, bolsas de valores o procesadores de pago, una de las oportunidades que se han acontecido es la posibilidad de certificar y compensar intercambios de activos aproximadamente de manera instantánea, sin restricción alguna en los tiempos apropiados.
- **Ejecución de contratos inteligentes:** Enfocado en la automatización de procesos de negocio prolongados, cuyo direccionamiento es el seguimiento de un protocolo de transacción financiera eficiente, con destino a una utilidad de uso general, cabe mencionar que al utilizar el término contrato no se refiere al ámbito legal, sino a guiones repetibles y modulares que disminuyen el riesgo con respecto a las transacciones realizadas.

Convergencia tecnológica de Blockchain

La Cadena de Bloques, también conocida como Blockchain, es una tecnología que está revolucionando la seguridad y el cifrado de datos. Esta tecnología garantiza un cifrado de datos significativamente más eficiente que otros algoritmos de seguridad. Blockchain es una base de datos descentralizada que se distribuye en múltiples ordenadores que están conectados entre sí mediante un algoritmo matemático; estos ordenadores se conocen como nodos; esta red está encriptada y organizada en bloques. Este sistema permite que los datos pasen por cada nodo y sean validados para obtener un dato seguro.

El uso de Blockchain beneficia significativamente a las aplicaciones generadas en Internet porque éstas se basan en el modelo cliente-servidor para funcionar; en esencia, esto significa que todos los dispositivos están conectados a una autoridad central, por lo que evitará los ataques a su autoridad central, a veces conocida como el servidor; como una red de datos descentralizada elimina cualquier punto de debilidad, los atacantes tendrán que apuntar a los nodos individuales de la red (Burgos Yar, 2021).

La convergencia de blockchain en las empresas consiste en que una vez definidos los algoritmos que intervienen en las transacciones y registros que hay que gestionar, no se requieren intermediarios, y se facilitan otros procesos

como la auditoría de operaciones o la automatización de tareas que antes requerían la intervención de un intermediario. Es por ello que, con el tiempo, la importancia del blockchain para diversos negocios e industrias ha crecido: de ser una plataforma para los pagos con criptomonedas a tener aplicaciones de gran alcance y revolucionarias; puesto que, en su concepción tecnológica, como red distribuida, lleva un control de las transacciones y registros de tal manera que no pueden ser alterados. Además, la trazabilidad permite recuperar el control de las operaciones comerciales sin posibilidad de falsificación, modificación o eliminación. Las operaciones de validación de los bloques de Blockchain se realizan mediante complejos y seguros algoritmos criptográficos.

Blockchain tiene una variedad de aplicaciones, no sólo en el sector financiero, entre los cuales se encuentran los usos se dan como moneda electrónica, medio de pago internacional, comercio internacional, cadena de suministros, derechos digitales y propiedad intelectual; prevención de falsificaciones y fraudes; almacenamiento de datos descentralizado y así mismo están determinados por las características técnicas fundamentales que incluyen atributos como la confianza, la apertura, la independencia, la velocidad, la resistencia, la aplicabilidad global y la eficacia.

Las empresas tienden a subcontratar desarrollos tecnológicos o servicios digitales. El sector tecnológico tiene muchos trabajadores independientes, que ofrecen servicios de desarrollo de software, aunque existe una problemática a la hora de asegurar que ambas partes cumplan con lo acordado, Blockchain podría ayudar a acelerar y eficientizar estas contrataciones, asegurando que el comprador reciba el producto o servicio buscado y el vendedor reciba el pago acordado, ambas en tiempo y forma, por ello los participantes de estas empresas generan confianza en el sistema al llegar rápidamente a acuerdos y resolver los desacuerdos sobre la base del consenso, lo que da lugar a un sistema resistente y eficaz.

Perspectivas de impacto de Blockchain

Blockchain se entiende mejor como una nueva tecnología de propósito general en forma de libro de contabilidad distribuido públicamente que es muy transparente, resistente y eficiente, siendo un enfoque que adoptan ciertas empresas nuevas para implantar un sistema de normas y estructuras de conocimiento. Sin embargo, este estilo organizativo comienza a acumular costes a medida que las organizaciones maduran, haciéndolas propensas a problemas sistémicos como la corrupción y los incentivos para explotar a sus

empleados. Considérelo como el enfoque que adoptan ciertas empresas nuevas para implantar un sistema de normas y estructuras de conocimiento. Sin embargo, este estilo organizativo comienza a acumular costes a medida que las organizaciones maduran, haciéndolas propensas a problemas sistémicos como la corrupción y los incentivos para explotar a sus empleados. Los costes se entienden como estructuras que las empresas incluyen porque no retornan al mercado, entendiendo éste como todos los bienes o servicios potenciales que la empresa puede contratar.

Se destaca la premisa de que Blockchain es una tecnología descentralizada que aparece con el objetivo de ayudar a las organizaciones en esta transición. Con sus innovaciones, es capaz de eliminar los riesgos potenciales a los que las empresas se han enfrentado anteriormente al depender de estructuras de mercados descentralizados, derivando que su impacto radica en que son una tecnología que puede utilizarse para establecer instituciones económicas y sociales, debido a que son una tecnología para desarrollar e implementar los tipos de sistemas de reglas que permiten una coordinación socioeconómica personalizada.

Antes de la aparición de Blockchain, el ecosistema organizativo estaba dominado por dos grandes formas de gobernanza, cada una de las cuales fue elegida en función de diversos factores, por lo que es necesario realizar un análisis de cómo la aparición de esta nueva tecnología afecta al ecosistema organizativo existente, pero también entender dónde encaja Blockchain dentro de las estructuras de gobernanza, ya que surge cuando se combina la gobernanza racional y como nueva tecnología, tiene mucho potencial en el ámbito administrativo, pero la cuestión principal es que facilitará la toma de decisiones sobre la mejor manera de gobernar, al convertirse en una opción más eficiente en términos de costes de contratación y mitigación de la incertidumbre (Shocron & Cannes, 2021).

Enfatizando los impactos generales de Blockchain, hay dos efectos distintos basados en cómo afectan a la economía. El efecto microeconómico asociado a los beneficios de utilizar un sistema de información descentralizado. Los resultados son una reducción de los costes asociados a las estructuras orientadas al mercado, lo que resulta en un cambio de estructura o estrategia más eficiente, si es necesario. La segunda influencia se define como macroeconómica y está relacionada con la forma en que los agentes económicos establecen relaciones entre sí debido a que esta tecnología se considera una herramienta eficaz para generar coordinación socioeconómica.

Blockchain es una tecnología que pretende cambiar la forma en que realizamos las transacciones y los contratos, eliminando algunos de los problemas causados por los vacíos de información y creando contratos donde antes no los había. A pesar de todas sus ventajas, su implantación es todavía limitada y requiere de fuentes de información y regulación exhaustivas para funcionar bien.

El blockchain presenta una paradoja fundamental: ¿Cómo podemos seguir siendo disciplinados, centrados, y confiados, de cara a la constante incertidumbre? (Douglas). La garantía que muestra esta herramienta es la eliminación de los posibles riesgos que pueden surgir y así generar confianza a los usuarios.

Valor del Blockchain

La blockchain puede revolucionar la forma en que se llevan las cuentas de todo negocio: con ella ya no será necesario tener que mantener registros documentales de todas las operaciones realizadas, las cuales quedarán registradas en una base de datos única y compartida por las partes necesarias en el mismo momento en que se efectúen (Preukschat & Kuchkovsky, 2017).

El valor que se obtiene del blockchain es que como sistema tiene la ventaja de ser encriptado, incorruptible y duradero para los usuarios, características como las antes mencionadas conllevan a que sea de confianza para quienes lo utilizan, permitiendo así que se eleven los porcentajes de usuarios para esta red y con ello los beneficios que se obtienen de esta. Entre los aspectos a resaltar y la importancia del blockchain se destacan la verificación de información financiera de forma automática, reducción de coste en tiempo y dinero, estandarización de los procesos contables, prevención del fraude y la creación de nuevos incentivos.

Este sistema se adapta a los cambios que se acontecen periódicamente de tal manera que puede convertirse en una herramienta idónea para conocer la orientación de forma actualizada, favoreciendo la toma de mejores decisiones que convengan beneficios institucionales (Preukschat & Molero, 2018).

Las singularidades que de este se priorizan se enfocan en que permite elaborar estados contables y modelos de impuestos y lo mejor es que se lo puede realizar en tiempo real, sin la necesidad de mantener los actuales procedimientos obligatorios, lo cual permitirá a la administración ahorrar tiempo y dinero. En lo posterior este sistema aspira a convertirse en una herramienta para explorar el futuro de la economía descentralizada que podría posibilitar el desarrollo de la tecnología transcendentalmente, la evolución que ha teni-

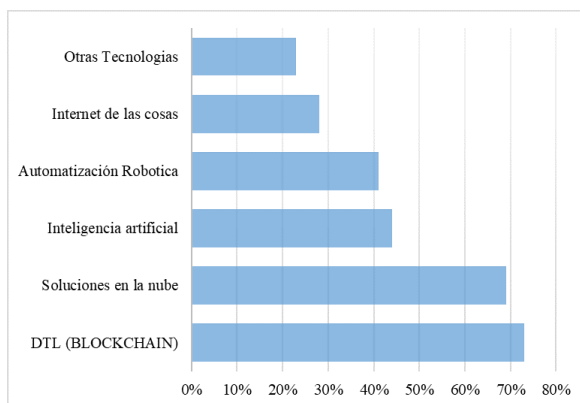
do hasta los momentos actuales ha marcado un hito importante en la historia tecnológica digital de la economía, consolidándose con fuerza en toda la humanidad.

Resultados

Según Rafael Gómez Torre (2020), una encuesta realizada en Ecuador con 180 empresas, líderes empresariales y tecnológicos, reveló que las Blockchain son vistas como una tendencia de innovación de alto impacto por los líderes empresariales.

Figura 26.

Impacto de las innovaciones tecnológicas en las empresas.



En Ecuador, según encuesta estipulada en el año 2020 las tecnología de contabilidad distribuida (DLT), ocupan el sexto lugar en el estudio, entre la analítica de datos (73%), las soluciones en la nube (69%), la inteligencia artificial (44%), la automatización robótica (41%) y el internet de las cosas (IoT) (28%). Otras tecnologías consideradas para la adopción por parte de las empresas son la realidad virtual (11%), los drones (9%) y las imágenes 3D (3%). Por ello la adopción de Blockchain u otra tecnología es más significativa que se enfatiza en la reducción de costes (59%), la mejora de la experiencia del cliente (59%) o la automatización de procesos (56%).

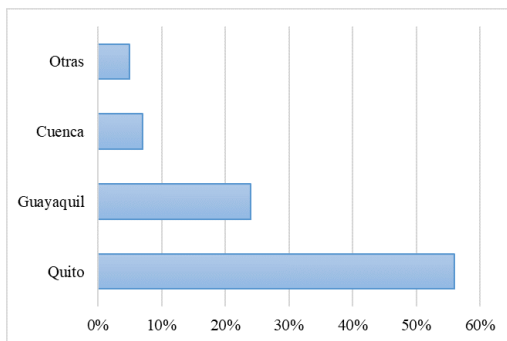
Por ello, la tecnología financiera contribuye a mejorar la eficiencia de los sistemas financieros, ya que su ausencia de sucursales físicas, el escaso uso de recursos humanos y la simplificación de los procedimientos le permiten

ofrecer un servicio de menor coste, más fácil de usar y más rápido a través de una interfaz web, lo que permite al público en general un mayor acceso a los servicios financieros, sobre todo a las pequeñas y medianas empresas (D. A. Castro, 2022).

En Ecuador existen 55 fintech conforme al Radar Tech Startup 13.0 de BuenTrip Hub (2021), y se evidencia un aumento del 77% en relación al 2017, una muestra de que el país se está encaminando hacia la innovación financiera. En comparación con otros países de la región, Ecuador tiene las 55 fintech establecidas, donde destacan aquellas dedicadas a los segmentos de gestión de finanzas empresariales (con el 38%), seguido de los pagos digitales y el crowdfunding o fondo colaborativo que representan el 15% y 11%, respectivamente.

Figura 27.

Distribución geográfica.



Según la distribución geográfica, el 56% de las empresas fintech están ubicadas en Quito, el 24% en Guayaquil, el 7% en Cuenca, el 5% en ciudades extranjeras fundadas por ecuatorianos, y el resto de ciudades representan el 8% restante.

Las empresas ecuatorianas han comenzado a incorporar la tecnología blockchain en sus modelos de negocio. Es por ello, que durante estos dos últimos años el Banco de Guayaquil anunció que había integrado la tecnología blockchain en su programa de fidelización de clientes, una solución que ayudaría a reducir el fraude y los errores en el canje de puntos de los clientes, siendo blockchain una tecnología original de Bitcoin como sistema digital en el que dos o más personas pueden realizar cualquier tipo de transacción de datos o de valor sin necesidad de intermediarios o de confianza de terceros,

y las transacciones se registran en un registro compartido, inmutable y transparente al que tienen acceso todos los participantes.

De acuerdo a varios criterios y una vez realizado un análisis exhaustivo se logra manifestar que el blockchain garantiza un modelo de inversión revolucionario, así como la protección de diversos activos, criptomonedas y cripto actividades, puesto que las empresas podrán utilizar esta tecnología para optimizar sus procesos, recuperar sus inversiones y aumentar sus beneficios mediante el uso de monedas virtuales. Se trata de una posibilidad muy novedosa que aún está en sus primeras fases, pero que tiene el potencial de cambiar nuestra perspectiva del mundo.

Es vital tener en cuenta que las soluciones de blockchain deben ser evaluadas para determinar qué puntos de la empresa se beneficiarán realmente. La consideración está justificada ya que hay casos en los que los analistas de sistemas prefieren utilizar bases de datos centralizadas para la gestión de la información, así mismo las empresas deben plantearse ahora no sólo qué es blockchain, sino también cómo integrarlo y si esta tecnología puede servir como catalizador de nuevos modelos de negocio. Sin ir más lejos, una galería de arte podría incluir blockchain como un valor añadido para sus clientes con el fin de garantizar la autenticidad y ofrecer una total transparencia de los procesos creativos que hay detrás de las obras.

Discusión

De acuerdo a la situación actual de nuestro país en cuanto a herramientas tecnológicas para el manejo de las finanzas, se reveló que a pesar de que el país aún no está listo para adoptar este nuevo sistema, estipula que las autoridades desarrollen una norma que regule el uso de las criptomonedas en conjunto con el organismo rector de los mercados de divisas, para que los ciudadanos comiencen a tener más confianza en estas herramientas y que tener en cuenta que tienen mayor seguridad y aplicaciones que protegen nuestros datos, por lo que la brecha existente se está cerrando.

En el Ecuador, existe una alta demanda por parte de las empresas que portan el conocimiento general de las criptomonedas, lo que ha atraído a muchas personas y empresas a optar por este tipo de inversión; sin embargo, la falta de conocimiento específico sobre el uso de las aplicaciones blockchain ha provocado temor e incertidumbre a la hora de tomar la decisión de invertir su dinero, lo que podría ser el factor decisivo en su adopción dentro del sistema financiero ecuatoriano.

Sin embargo, hay una variedad de industrias en el sector privado que ven la tecnología blockchain como una forma de mejorar sus procesos mediante la reducción de los tiempos de procesamiento, la disminución de los costos, el aumento de la seguridad del sistema, la transparencia y la estabilidad, debido a que el verdadero potencial de la tecnología se puede ver en una red más grande a través de la adopción rápida, con la generación de nuevos modelos de negocio a través de aplicaciones públicas descentralizadas ayudando en el desarrollo de la infraestructura, donde la adopción necesita la articulación de las esferas tecnológicas, políticas, sociales y económicas para llegar a una fase de maduración, si hoy en día hay un ecosistema robusto que todavía carece de desarrollo en cuestiones raciales y sociales.

Por ello, la influencia de la tecnología blockchain está siendo adoptada principalmente por la industria financiera para la mejora de sus procesos y servicios; sin embargo, también es factible su uso en otros sectores privados como el de la cadena de suministro, el legal, el sanitario, el social, el educativo, el energético y el de la sostenibilidad, donde son las empresas que basan sus modelos de negocio en el registro e intercambio de información y valor a través de cualquier tipo de actividad las que se enfrentan al mayor riesgo de ser impactadas económica y financieramente por la tecnología blockchain, a través de aplicaciones descentralizadas que buscan beneficiar a todos sus miembros. Este tipo de empresas deben buscar formas de reducir los riesgos de la tecnología, ya sea incorporándola o cambiando sus modelos de negocio.

Bibliografía

- Álvares, R. L. R. (2018). Análisis De La Tecnología Blockchain, Su Entorno Y Su Impacto En Modelos De Negocios. In *Universidad Técnica Federico Santa María*.
- Burgos Yar, V. V. (2021). *Cifrado de datos usando Cadena de Bloques (Blockchain) como tecnología de convergencia para dispositivos móviles asociados con IoT (Internet of Things), en la capa de aplicación del modelo de capas IoT*. Universidad Técnica del Norte.
- Castro, D. A. (2022). Un panorama de las Fintech en América Latina y el Ecuador. *Banco Central Del Ecuador*.
- Morocho, N., Mosquera, R., Pacheco, A., & Campuzano, J. (2020). La tecnología blockchain y sus posibilidades de uso en la provincia de El Oro.

593 *Digital Publisher CEIT*, 5(6–1), 314–327. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.423>

Oswaldo, P. N. V. (2022). La implementación del blockchain en procesos societarios en Ecuador. *USFQ Law Review*, 39–58.

Piscini, E., Guastella, J., Rozman, A., & Nassim, T. (2016). Blockchain: democratized trust: distributed ledgers and the future of value. *DELOITTE INSIGHTS*. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/tech-trends/2016/blockchain-applications-and-trust-in-a-global-economy.html>

Preukschat, A. L. E. X., & Kuchkovsky, C. (2017). *Blockchain. La Revolución Industrial de Internet*. Centro Libros PAPP, S.L.U.

Rafael Gómez Torres. (2020). *Empresas de Ecuador ven las blockchains como innovación para sus negocios*. Criptonoticias.

Shocron, G., & Cannes, F. (2021). La irrupción de la blockchain en el ecosistema organizacional. *Universidad de San Andrés. Departamento de Economía*, Universidad de San Andrés.

Teresa Brito Calahorrano, M. (2021). Marco Legal de las inversiones con Bitcoin en Ecuador Legal framework of investments with Bitcoin in Ecuador Marco legal de investimentos com Bitcoin no Equador. *Abril*, 6(25), 262–285.

La Estrategia del Salmón: Avatares y desvelos de una Revista Económica

Christian Orozco; Patric Hollenstein

El nacimiento de la Revista Economía: 1951

La Revista Economía es una publicación de carácter semestral del IIE de la UCE. El primer número, cuando la Escuela de Economía era adjunta a la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la UCE, apareció en mayo de 1951, mismo año de la fundación del ISIP. Al ser creada la FCE en 1951, la revista mantuvo su vigencia, hoy a cargo del actual IIE. La Revista Economía persigue un pensamiento plural y diverso en la economía y en las ciencias sociales para responder con voces alternativas y críticas a los problemas y retos de la sociedad latinoamericana. Su objetivo primordial es ser un espacio editorial de encuentro y diálogo entre investigadores y académicos del campo de las ciencias sociales, para desarrollar propuestas y modelos alternativos emergentes; además de promover y difundir el pensamiento económico plural y diverso de la UCE —así como de investigadores y académicos externos a la institución, nacionales e internacionales—, que incluya voces críticas de la economía y de las ciencias sociales relacionadas con esta. Los destinatarios de la revista son personas, organizaciones e instituciones del sector público o privado que se vinculan en el quehacer de la economía crítica en América Latina. (Revista Economía, 2023)

Rediseño desde 2014

Figura 28.

Rediseño desde 2014.



Proceso de indexación desde 2019

Indexaciones ya logradas

- Latindex Catálogo 2.0, ROAD, REDIB, DOAJ, EuroPub, MIAR, LatinREV, BASE, AURA, Sherpa Romeo, ERIHPLUS, DARDO, Google Académico, Index Copernicus, CLASE, AmelICA, y Dialnet.

Siguientes indexaciones

- Redalyc (pendiente/en aplicación)

Objetivos a mediano plazo:

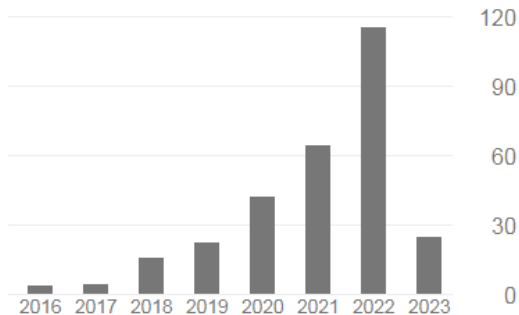
- Scielo

Objetivos a largo plazo

- Scopus y JCR

Figura 29.

Citas e impacto de la Revista Economía según Google Scholar.



Nota. adaptado de *Citas e impacto de la Revista Economía según Google Scholar*, por Google Académico, 2023, scholar.google.es (https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=4ijZqJEAAAAAJ&view_op=list_works&sortby=pubdate)

Organización y flujo de trabajo editorial de la Revista Economía

Carta editorial (editores del Dossier)

- Será elaborada por el editor del dossier. La carta editorial resume las principales líneas temáticas abordadas en el número, así como la presentación de los artículos incluidos en este.

Dossier

- Es un corpus de al menos tres artículos científicos originales de diferentes autores sobre una misma temática.

Sección Estudios Socioeconómicos

- Temáticamente libre. Comprende los artículos científicos enviados a la Revista Economía que no corresponden a la temática del dossier.

Reseñas

- Son de temática abierta de un libro publicado en los últimos cinco años. Si es una publicación más antigua, el autor debe enviar junto a la reseña una carta que explica la razón por la cual es pertinente reseñarla.

Flujo de trabajo editorial

Envío de artículos

- Ingresar a revistadigital.uce.edu.ec
- Hacer clic en el apartado Registrarse
- Completar todos los apartados para el registro de usuario (ORCID)
- Leer con detenimiento las normas de publicación
- Cargar el manuscrito y las tablas y figuras, en caso de existir

Filtro formal

Los miembros del Comité Editorial y expert@s en las temáticas revisan el artículo y evalúan los siguientes aspectos formales:

- ¿El objeto del estudio es relevante?
- ¿Existe una problemática clara?
- ¿El artículo genera un aporte científico?
- ¿Existe coherencia entre el resumen, introducción y conclusiones?
- Evaluación de la forma de redacción del artículo
- Dictamen
- Los artículos que no cumplen estos criterios de revisión inicial y formal serán descartados y los autores serán notificados.
- Los artículos que cumplen la primera revisión pasarán a revisión de pares ciegos.

Revisión de pares ciegos

Tabla 4.

Revisión de pares ciegos.

Lector/a 1	Lector/a 2	Decisión	Procedimiento
Rechaza	Rechaza	Rechazado	Notificación y envío de comentarios mayores o menores al autor por editor general.
Rechaza	Acepta con cambios mayores o menores	Después de revisadas las evaluaciones, el editor correspondiente (Dossier o General) decidirá si la colaboración es aceptada o rechazada. En casos de mayor dificultad de decisión, cabe la posibilidad de que se solicite un tercer par ciego que resuelva la decisión final	Notificación y envío de evaluaciones al autor por editor general.
Acepta con comentarios mayores o menores	Acepta con comentarios mayores o menores	Aceptado	Notificación y envío de evaluaciones al autor por editor general.

Política editorial

- La política editorial es una reglamentación que define los lineamientos, organización interna y procesos propios de una revista científica y académica.
- Actualmente la política editorial de la Revista Economía está en proceso de reformulación y replanteamiento, en pos de ajustarla a los requisitos que plantean los catálogos de indexación internacionales de mayor prestigio científico y académico.
- Los principales componentes que conformarán la política editorial son los siguientes:
 - Organización interna
 - Proceso editorial: ¿quién hace qué cosa en qué momento?
 - Invitación a publicar y presentar Dossiers

Figura 30.

Dossiers en curso.



Los docentes interesados deben presentar una propuesta que describa:

- Una problemática científica
- Una justificación de la relevancia del tema por tratarse
- Un listado de preguntas o temas ejemplares por abordarse en los artículos
- Una lista de dos docentes que asumirán el rol de coordinadores del Dossier
- La extensión de la propuesta debe tener entre 1.000 y 1.500 palabras.
- Las propuestas que cumplan con estas condiciones serán evaluadas por los integrantes del Comité Editorial de la revista.

Fecha

- Todo el año

Envío

- En formato Pdf al correo electrónico revistaeconomia@uce.edu.ec

Bibliografía

Google Académico. (2023). *Citas e impacto de la Revista Economía según Google Scholar*. https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=4ijZq-JEAAAAJ&view_op=list_works&sortby=pubdate

Revista Economía. (2023). *Definición, enfoque y alcance*. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/ECONOMIA/about>

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación

Capítulo

III

*Finanzas y Economía como
Herramientas de Desarrollo
Investigativo, Político y Social*



Turismo Sostenible en Ecuador: del Desarrollo Económico al Desarrollo Sustentable

Olga Quiñonez Guagua; Anghelo Guerrero Quiñonez; Nathaly Guerrero Quiñonez

Resumen

En Ecuador el turismo es un sector prioritario para la atracción de inversión nacional y extranjera, con fomento de las iniciativas locales y el reconocimiento de los derechos de la naturaleza para un desarrollo sostenible. En este contexto, se pretende realizar un análisis sobre el turismo sostenible en la ciudad de Esmeraldas desde un enfoque sistémico y su contribución al desarrollo económico de Ecuador. El tipo de investigación a realizar en este trabajo, de acuerdo a la información que se posee y el nivel de análisis que se desea hacer, es de carácter analítico. Las fuentes consultadas están acordes con el turismo sostenible y son suficientes para fundamentar la investigación. El enfoque se enmarca en la perspectiva de investigación cualitativa. Se precisan un conjunto de fases que abarcan la observación, la indagación, la interpretación, la reflexión y el análisis para obtener bases necesarias para el comprender el turismo sostenible. Es importante considerar que se hace imposible no mirar hacia el futuro, tanto del planeta como de la humanidad misma, considerando alternativas sustentables y justas de desarrollo que se traduzcan en el logro de producción local sostenida.

Palabras clave: Turismo Sostenible, Desarrollo Económico, Ecuador.

Abstract

In Ecuador, tourism is a priority sector for attracting national and foreign investment, promoting local initiatives and recognizing the rights of nature for sustainable development. In this context, it is intended to carry out an analysis on sustainable tourism in the city of Esmeraldas from a systemic approach. Now, the type of research to be carried out in this work, according to the information that is possessed and the level of analysis that is desired to be carried out, is an analytical study. For this, the sources consulted are in line with sustainable tourism and are sufficient to support the research. The approach proposed in the research is framed in the qualitative research perspective. Likewise, this work is considered an essential step because it includes a set of phases that include observation, inquiry, interpretation, reflection and analysis to obtain the necessary bases for the development of any study. Likewise, it is important to consider that given the above, it is impossible not to look to the future of both the planet and humanity itself, considering sustainable and fair development alternatives that translate into the achievement of sustained local production.

Therefore, this research work has relevance as it represents an academic contribution and a reference for the organization of other communities in terms of sustainable tourism.

Key Words: Sustainable Tourism, Economic Development, Ecuador.

Introducción

El turismo a nivel mundial es una de las industrias con mayor crecimiento e importancia en el ámbito económico, ambiental y sociocultural. Esta importancia se evidencia en la generación de ingresos para la mayoría de los países que han intervenido de manera responsable y sostenible sobre sus productos y atractivos turísticos. En Latinoamérica, uno de los países que pretende desarrollar el turismo es Ecuador, en donde a pesar de existir una extensa biodiversidad de atractivos naturales y culturales; así como políticas públicas que pretenden impulsar el desarrollo de la actividad turística, se mantiene aún por debajo del progreso turístico de los países vecinos. Ecuador aún no se encuentra en el ranking de los principales receptores del turismo, lo que evidencia un desaprovechamiento de los inmensos recursos que posee y deficiencias en la comercialización del producto.

En el Ecuador se ha catalogado al eje turístico como una oportunidad importante de dinamización para la economía del país, así se establece en el plan nacional de desarrollo 2017-2021. toda una vida, el cual señala que el turismo es uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera, siempre y cuando no desplace las iniciativas locales y en concordancia con la constitución de la república, se establezcan propuestas que reconozcan los derechos de la naturaleza y las bases para un desarrollo sostenible (MINTUR, 2013).

El Plan Nacional de Desarrollo indica que a través de los sectores priorizados, en este caso el turismo, se debe buscar alternativas que contribuyan a la transformación de la matriz productiva, favoreciendo al desarrollo sostenible, respetando las características naturales y culturales de cada región, beneficiando a los encadenamientos productivos, el turismo comunitario e incorporando a la cadena de valor el patrimonio cultural existente en el país, es decir impulsando un turismo consciente, ético, responsable e incluyente (SENPLADES, 2013; SENPLADES, 2017).

El desarrollo del turismo exige calidad, eficiencia y competitividad. En esta dirección la política pública del país ha hecho énfasis en la necesidad

de alcanzar estándares competitivos en los destinos turísticos. En este sentido, el Ministerio de Turismo presentó el Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, que tiene por objetivo fomentar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país (MINTUR, 2013).

La política pública en materia de turismo se ha fundamentado en la evaluación del sector determinándose las causas de las debilidades en el desarrollo del turismo nacional, entre estas pueden mencionarse: estrategias turísticas de promoción limitadas, falta de información estadística estratégica, ineficiencias en la comunicación institucional para la toma de decisiones, oferta e inversión en el sector turístico insuficiente, existencia de informalidad en el sector turístico ecuatoriano que perjudica el nivel de servicio que se presta al turista nacional e internacional, y necesidad de mejorar infraestructura y promoción de los destinos, atractivos o productos turísticos nacionales.

De acuerdo a lo expuesto, de no adoptar las medidas tendentes a mejorar la gestión de las políticas públicas en materia turística nacional, el Ecuador vería limitado el impacto de la política de turismo vigente, en términos de contribución del turismo al PIB nacional, en generación de empleo turístico, en atracción de inversión turística y de posicionamiento en el ranking mundial de competitividad turística hasta el año 2030 (T. Arias, 2008).

Ahora bien, la sostenibilidad del turismo necesita que los actores políticos, económicos y sociales que intervienen en la producción turística, a cualquier nivel (local, regional, nacional, supranacional), alcancen entendimientos y logren sinergias, así como que se coordinen y organicen para definir y realizar objetivos generales tendentes a conseguir beneficios para el conjunto de la sociedad, disminuyendo los impactos negativos que pueda ocasionar la actividad turística (Naredo, 1996).

De acuerdo a Torres (2018), las empresas modernas deberían incorporar hoy en día los criterios de protección del medio ambiente. Una empresa comprometida con el medio ambiente es una empresa comprometida con una sociedad cada vez más consciente de los temas ambientales y que empieza a exigir a los agentes económicos una actuación contundente (p. 53).

De acuerdo con el planteamiento anterior, la necesidad de desarrollar el turismo como estrategia para fortalecer la diversidad productiva y motivar al

buen vivir de las comunidades, la provincia de Esmeraldas se posiciona como uno de los escenarios ideales para el desarrollo del turismo en el área rural. Sus recursos turísticos son de alta potencialidad y es un sector que crece moderada pero sostenidamente. Desafortunadamente la mayor problemática que enfrenta es el déficit de servicios básicos. El sector turístico es el que mayor volumen de recursos genera después del comercio y refinación de petróleo, con inversiones privadas que han primado sobre las del sector público.

Para potenciar el turismo se deben desarrollar cadenas de valor que incluyan: cobertura de servicios básicos y otras facilidades turísticas, implementación de las rutas turísticas y centros de turismo comunitario, innovación y diversificación de oferta turística local, nacional e internacional, creación de centro especializado para la formación del talento humano en la provincia, red de gestores turísticos y fortalecimiento de la asociatividad, otorgamiento de líneas de créditos blandas y sistema de certificación de la calidad (Sistema Nacional de Información, 2015).

Después del terremoto de 2016, la provincia de Esmeraldas muestra un estancamiento de la gestión turística, no se proyectan avances en la planificación estratégica e infraestructura, no existen planes de acción específicos en ejecución que promuevan la participación activa de las instituciones públicas y privadas, se observa ineficiencia en la gestión de los emprendimientos turísticos de las localidades, así como la inexistencia de oferta turística de acuerdo a la demanda, destrucción y contaminación de los recursos naturales, y mala calidad en el servicio turístico, lo que constituye las principales problemáticas que enfrentan las comunidades turísticas del territorio.

Si se adiciona a la precedente argumentación los hechos desencadenados a nivel global a partir de 2020 con la pandemia mundial del COVID19, el escenario para impulsar un turismo sostenible con calidad en sus servicios hoteleros en la ciudad de Esmeraldas enfrenta nuevos retos en el marco de las expectativas recesivas de la economía mundial. El turismo es uno de los sectores de la economía más afectados por el brote de COVID-19, el cual ha traído consecuencias negativas tanto en la oferta como en la demanda de los viajes. Debido al crecimiento del número de países que presentan contagio del virus, se evidencian altos niveles de tensiones geopolíticas, sociales y comerciales que se traducen en incertidumbre sobre el comportamiento de los turistas, lo que reflejará una disminución importante en la llegada de visitantes y un impacto económico negativo debido al llamado de protección y prevención que han determinado las autoridades internacionales y nacionales.

La afectación del turismo se refleja en la disminución de viajes, reservas de servicio y el empleo. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT) la pandemia de COVID-19 ha provocado una caída del 44% en las llegadas de turistas internacionales entre enero y abril de 2020, la crisis podría llevar a un declive anual de entre el 60% y el 80% en comparación con las cifras de 2019.

Figura 31.

Llegadas de turistas internacionales por región.



Nota. Adaptado de Desarrollo sostenible, por OMT, 2020, [nwt.org \(https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible\)](https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible)

Durante el año 2020 el impacto de la caída de la demanda de viajes internacionales podría traducirse en: la pérdida de entre 850 y 1.100 millones de turistas internacionales, la pérdida de entre 910.000 millones y 1,2 billones de dólares de los EE.UU. en ingresos por exportaciones del turismo, y entre 100 y 120 millones de puestos de trabajo en empleo directo del turismo amenazados.

En tal sentido, la Organización Mundial del Comercio (OMC) (2020) ha expresado que “la pandemia de COVID-19 representa una perturbación sin precedentes de la economía y el comercio mundiales, ya que provoca la contracción de la producción y el consumo en todo el mundo”, a pesar de ello, la OMS y la OMC están comprometidas en dar respuestas eficaces a la situación, colaborando con las organizaciones internacionales para garantizar los flujos fronterizos de suministros vitales y otras mercancías.

Reconocidos los efectos inmediatos de la pandemia global sobre el sector turístico Pololikashvili (2020), Secretario General de la OMT afirma que el declive del turismo global ya ha causado estragos en las economías nacionales y en el sustento de muchas personas, así como en nuestros esfuerzos por alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La elaboración coordinada de nuevos protocolos de salud y seguridad para cada una de las partes de la cadena de valor del turismo, incluidos los viajes, el alojamiento, la alimentación y el ocio, hará más seguro viajar. La confianza es la nueva moneda de la nueva normalidad. Y el turismo está en la mejor posición posible para ser el vehículo que canalice esa confianza. Si las personas confían en los gobiernos y el sector turístico los mantiene a salvo de cualquier daño, mañana volverán sin duda a viajar”.

El nuevo escenario mundial que condiciona sistémicamente el contexto nacional y local demanda resignificar la sostenibilidad como valor esencial de la actividad turística, la OMT declara “la sostenibilidad es la nueva normalidad: una visión de futuro para el turismo”, con base en las directrices globales de la OMT para reiniciar el turismo, y tiene como objetivo lograr que el turismo emerja de la crisis de la COVID-19 más fuerte y más sostenible.

De acuerdo a lo señalado la OMT insta a una recuperación responsable para el sector turístico, que se cimiente sobre la sostenibilidad para reconstruirse mejor. Con ello se apuntalará la resiliencia del turismo para que esté mejor preparado frente a futuras crisis. La visión apoyará el desarrollo y la implementación de planes de recuperación, que contribuirán a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y al Acuerdo de París. Ahora que los gobiernos y el sector privado se adentran en el camino de la recuperación, es el momento de seguir avanzando hacia un modelo de turismo más sostenible en lo económico, lo social y lo ambiental.

Los aspectos antes mencionados evidencian que el sistema económico mundial se encuentra en crisis, e imposibilita en el corto plazo estabilizarse para continuar su dinámica tradicional, la pandemia impacta a las economías de América Latina y el Caribe a través de factores externos e internos cuyo efecto conjunto conducirá a la peor contracción de la actividad económica que la región haya sufrido desde que se iniciaron los registros, en 1900 (CEPAL, 2020).

En relación al turismo indica la CEPAL (2020) que es uno de los sectores más afectados y su recuperación depende de la apertura de las fronteras a nivel mundial. En 2020 se registraría una reducción de entre un 20% y un 30%

en el número de llegadas de turistas en el mundo, una caída mucho mayor que la observada en 2009 (4%) (OMT, 2020).

En un escenario en el que los ingresos por turismo disminuyeran un 30% en 2020, el PIB se reduciría 2,5, 0,8 y 0,3 puntos porcentuales en el Caribe, México y Centroamérica, y América del Sur, respectivamente. Las repercusiones en el empleo, los ingresos de los hogares y los ingresos gubernamentales serían mayores en el Caribe, donde ese sector emplea a unos 2,4 millones de personas y representa el 15,5% del PIB. Los efectos de la retracción del turismo se sentirán en particular a las micro y pequeñas empresas, cuyo peso en el sector de hoteles y restaurantes es enorme: el 99% de las empresas y el 77% del empleo.

Para contrarrestar estos efectos los países de América Latina y el Caribe han adoptado importantes medidas para responder a la crisis mediante políticas económicas para mitigar sus efectos sociales y económicos. Esas medidas se enfocan en incrementar la disponibilidad de recursos públicos para el sector de la salud, proteger a los hogares más vulnerables, proteger la capacidad productiva y el empleo, evitar una crisis de liquidez y evitar el colapso del sistema económico.

Ecuador como país latinoamericano enfrentarán el escenario crítico descrito, requerirá esfuerzos adicionales en la medida que aumente la magnitud de la crisis para disminuir los efectos negativos en todas las actividades económicas, especialmente en el sector comercio y servicios, lo que a su vez incidirá de la misma manera en el turismo. Los principales impactos están relacionados con la reducción de la demanda (nacional e internacional), y por ende, de sus ingresos, así como dificultad para acceder a insumos, reducción o falta de mano de obra, difícil acceso a financiamiento y escasa adecuación de los procesos productivos a la actividad operada de manera remota o automatizada.

Las restricciones mencionadas obligan a redimensionar los sectores productivos y fundamentalmente a repensar las condiciones de su gestión. Se sitúa en esta afirmación de la pertinencia de esta investigación doctoral, que considera al turismo sostenible una alternativa que contribuya a superar las difíciles circunstancias socioeconómicas de los nuevos tiempos y potencie relaciones de nuevo tipo entre los actores institucionales, económicos y sociales, considerando el entorno convulso de la sociedad actual.

En tal sentido la presente investigación se centra en un análisis sobre el turismo sostenible en la ciudad de Esmeraldas desde un enfoque sistémico

y su contribución al desarrollo económico de Ecuador. Se presentará una visión del sector turístico vinculada al desarrollo sostenible, para comprender la realidad económico-gerencial en la cual están inmersas las organizaciones dedicadas al servicio hotelero y generar orientaciones que servirán para posteriores investigaciones de carácter prospectivo. Por lo que, las categorías y procesos no pueden asumirse como actividades condicionadas, delimitadas y cerradas, por el contrario, el trabajo en base a ellas garantiza la construcción de caminos y componentes en pro de la sostenibilidad.

Desde el punto de vista metodológico el enfoque que se propone en la investigación, se enmarca en la perspectiva de investigación cualitativa. Desde esta perspectiva de investigación, se comprende la realidad como dinámica y construida en el proceso de interacción Escudero Sánchez & Cortez Suárez (2018). Así mismo, se utilizó como técnica para analizar la información requerida el análisis de contenido, la cual, se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la interpretación común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable y válida.

Resultados

La OMT (2020), define el turismo sostenible como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

El organismo rector de la actividad turística a nivel global ha establecido los principios de sostenibilidad del turismo, estos se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, de acuerdo a estos principios el turismo sostenible debe:

- a. Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- b. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- c. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo es-

table y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza

De acuerdo a lo expuesto es necesario conocer los antecedentes políticos, económicos, sociales y ambientales que condujeron a calificar la actividad turística en el ámbito de la sustentabilidad, vinculando su ejercicio al uso de los recursos naturales y su impacto biosocial.

Díaz Quintero & Norman Vega (2010), ofrecen una visión integral del concepto de Turismo Sostenible como todos los tipos de turismo que contribuyan al Desarrollo Sostenible y que tiendan al equilibrio entre las dimensiones económicas, ambientales y socioculturales.

Discusión

Del desarrollo económico al desarrollo sustentable

En el mundo actual se ha considerado la necesidad de plantear el desarrollo del turismo dentro del paradigma de la sustentabilidad. De acuerdo a Rogelio Virgen (2018) el desarrollo sostenible se basa en la idea de que es posible conservar el capital natural y cultural sin comprometer el futuro, y que esta aspiración puede ser compatible con el derecho al desarrollo en el presente. El turismo como actividad debe reconocerse en una perspectiva integral del desarrollo sustentable que asocia al desarrollo humano con el económico y el manejo del capital natural, donde convergen los problemas sociales con los ecológicos; y se minimicen los distintos impactos que el turismo tiene a nivel económico, ambiental y socio-cultural para hacer al turismo viable en el mediano y largo plazo.

El interés por el turismo sostenible se sustenta en la valoración de los impactos de la actividad turística como actividad económica frente a la contradicción existente entre la conservación del patrimonio natural y cultural y la degradación resultante del mismo cuando no existe una planificación adecuada o no se emplean soluciones turísticas sensatas. Al respecto Hernanz & Gil (2013), establece:

Desde hace años numerosos investigadores se han interesado por temas como la evolución del turismo, los impactos que la actividad genera, la necesidad de implantar procesos de desarrollo turístico sostenibles y el crecimiento de nuevas formas de turismo. Las investigaciones sobre Turismo Sostenible se

han desarrollado desde distintas disciplinas como la Economía, la Geografía, la Sociología o la Ecología, contribuyendo a un mejor conocimiento sobre el concepto (p. 69).

El escenario global actual enfrenta un proceso de cambios caracterizado por la existencia de graves impactos ambientales multiescalares que evidencian la capacidad del ser humano de alterar el funcionamiento de los ecosistemas, con base a una concepción economicista del desarrollo, que estimo prioritario los procesos de industrialización orientados a incrementar la competitividad de las empresas y el consumo de masas, en ausencia de reflexión sobre sus impactos sobre el medio ambiente y las sociedades.

La valoración social de lo ambiental surge a partir de los años setenta del siglo XX en los países desarrollados originándose en los años ochenta el concepto de Desarrollo Sostenible. Cronológicamente pueden citarse los eventos institucionales que permitieron la construcción del concepto, a saber:

a. Informe sobre Nuestro futuro común (1987-1988) coordinado por Gro Harlem Brundtland, en el marco de las Naciones Unidas. En él, se define esta forma de desarrollo como aquella que “satisface nuestras necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas”.

b. Cumbre de la Tierra. Río de Janeiro (1992) planteó a escala internacional la necesidad de alcanzar una política ambiental integrada que tuviera en cuenta no solo a las generaciones presentes sino también a las generaciones futuras. Propuso la Agenda o Programa 21 como herramienta de desarrollo local sostenible y se planteó la necesidad de mejorar las capacidades humanas e institucionales locales. La Agenda 21 promueve la concertación de todos los agentes implicados en los procesos de desarrollo, con la finalidad de contribuir con el esfuerzo común al objetivo de la sostenibilidad. Un esfuerzo que en el caso del turismo se plasmaría en la formulación de programas de desarrollo turístico ecológicamente racionales y culturalmente sensibles (Rogelio Virgen, 2018).

c. Cumbre Mundial del Desarrollo Sostenible. Johannesburgo, Sudáfrica (2002), velar por una alianza constructiva para el cambio y para la consecución del objetivo común del desarrollo sostenible. Reconoce que el desarrollo sostenible exige una perspectiva a largo plazo y una amplia participación en la formulación de políticas, la adopción de decisiones y la ejecución de actividades a todos los niveles. Asume el compromiso de fortalecer y mejorar la gobernanza en todos los planos para lograr la aplicación efectiva del Progra-

ma 21, los objetivos de desarrollo del Milenio y el Plan de Aplicación de las Decisiones de la Cumbre (ONU, 2020),

Cuando el concepto de desarrollo sostenible se vincula al turismo pueden citarse los siguientes eventos:

- a. Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995), establece la relación entre Turismo y Desarrollo Sustentable con una perspectiva sistémica. Emite la Carta de Lanzarote o Carta del Turismo Sostenible del turismo como fenómeno de alcance mundial e importante elemento para el desarrollo social, económico y político en muchos países y reconocen que el turismo es una actividad ambivalente, dado que puede aportar grandes ventajas en el ámbito socioeconómico y cultural, mientras que al mismo tiempo contribuye a la degradación medioambiental y a la pérdida de la identidad local, por lo que debe ser abordado desde una perspectiva global. reconocen la necesidad de desarrollar un turismo que satisfaga las expectativas económicas y las exigencias ambientales.
- b. Declaración de Berlín Sobre Biodiversidad y Turismo 1997 señala que las actividades turísticas deben ser sostenibles ambiental, económica, social y culturalmente. El desarrollo y la gestión de las actividades turísticas debe guiarse por los objetivos, principios y compromisos establecidos en la Convención sobre la Diversidad Biológica. Las actividades turísticas deben planificarse en los niveles apropiados con vistas a integrar en todos los niveles las consideraciones socioeconómicas, culturales y ambientales.
- c. Código Ético Mundial para el Turismo crea un marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial:
 - Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.
 - El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.
 - El turismo, factor de desarrollo sostenible.
 - El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.
 - El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.
 - Derecho al turismo.

- Libertad de desplazamiento turístico.
 - Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.
- d. Declaración de Quebec sobre el ecoturismo 2002 afirman que el ecoturismo gestionado de manera sostenible, es una oportunidad económica para las poblaciones locales e indígenas y sus culturas, así como para la conservación y la utilización sostenible de la naturaleza para las generaciones futuras. Asimismo, el ecoturismo puede ser una fuente primordial de ingresos para las zonas protegidas.
- e. I y II Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo en Túnez y Suiza (2003 y 2007) aprobó la “Declaración de Davos sobre Cambio Climático y Turismo” que destaca la interrelación entre turismo y clima, considerando a este último como un recurso esencial para el turismo y planteando cómo el turismo afecta al calentamiento global.
- f. Congreso Mundial de la Naturaleza. Barcelona (2008), la OMT y otras organizaciones del sistema de las Naciones Unidas presentaron los “Criterios Globales de Turismo Sostenible” criterios dirigidos a grandes empresas vinculados a la gestión eficaz, la maximización de los beneficios sociales y económicos a la comunidad local, la maximización de los beneficios para el patrimonio cultural y para el medio ambiente.

Tabla 5.

Argumentos comunes Documentos Internacionales sobre Turismo Sostenible.

Interrelación entre turismo y Desarrollo Sostenible, el turismo es una herramienta para la consecución de un Desarrollo Sostenible y es necesario incorporar criterios de sostenibilidad en los procesos turísticos para asegurar su viabilidad a largo plazo.
El turismo debe ser económicamente viable y debe mejorar la calidad de vida de las poblaciones de acogida a la vez que respeta su integridad cultural y protege el medio ambiente.
La calidad es una herramienta básica para la consecución de un Turismo Sostenible. Se trata de un elemento que proporciona un alto grado de viabilidad económica.
Importancia del enfoque local en el Turismo Sostenible: el desarrollo turístico de una región debe partir de las oportunidades que brinda su territorio. Es imprescindible la participación de las poblaciones locales en los procesos planificación turística si se quiere lograr una sostenibilidad socio y cultural.

La participación de todos los agentes implicados favorece procesos de desarrollo turístico sostenibles. Es necesaria la participación y cooperación del sector, público, el sector privado, la población local, asociaciones y los propios visitantes.

La planificación de las actividades turísticas como un mecanismo para lograr procesos sostenibles de desarrollo turístico: se considera que es necesaria una previa planificación de las actividades turísticas que debe integrarse en los procesos de ordenación territorial y en la planificación local. En este sentido, son necesarios procesos de gobernanza en los que la administración local tome el liderazgo y coordine la participación de todos los agentes implicados

Para lograr modelos de desarrollo turístico sostenibles debe evitarse la estacionalidad, fomentar la movilidad sostenible y sensibilizar y educar a los turistas en materia de sostenibilidad.

Turismo sostenible en Ecuador

De acuerdo a Hernanz & Gil (2013), “La aprobación de la nueva Constitución, en 2008 y el cambio en las estrategias de desarrollo del país han abierto un nuevo contexto sociopolítico en Ecuador que plantea nuevas formas de entender la relación economía, medio ambiente y sociedad” (p. 81).

En Ecuador existe un marco legal regulatorio de la actividad turística y la gestión ambiental que se expresa en la Constitución nacional, los planes de desarrollo de la Nación y las Leyes de gestión ambiental y la Ley de turismo y su reglamento.

La Constitución ecuatoriana de 2008 contiene varios artículos referidos al Desarrollo Sustentable. Según Gudynas (2009), uno de los aportes fundamentales de la nueva Constitución es la incorporación de Derechos de la Naturaleza que supone un giro biocentrista y plantea nuevas formas de valoración ambiental y articulación de saberes indígenas, y la participación del Estado para promover el desarrollo sustentable para acceder al Buen Vivir, garantizando un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

Los planes de desarrollo de la nación incorporan una visión a largo plazo y orientaciones éticas de justicia intergeneracional que consideran el impacto ambiental y social que tiene el uso de los recursos y las decisiones económicas actuales sobre las generaciones futuras. Se identifica a la biodiversidad como la mayor ventaja comparativa y se define una estrategia orientada a construir en el mediano y largo plazo una sociedad del bioconocimiento y los servicios ecoturísticos – comunitarios. (Hernanz & Gil, 2013)

Incorpora en su marco legal el criterio de sustentabilidad a través de los conceptos de:

- a. **Aprovechamiento Sustentable:** Es la utilización de organismos, ecosistemas y otros recursos naturales en niveles que permitan su renovación, sin cambiar su estructura general.
- b. **Conservación:** Es la administración de la biosfera de forma tal que asegure su aprovechamiento sustentable.
- c. **Desarrollo Sustentable:** Es el mejoramiento de la calidad de la vida humana dentro de la capacidad de carga de los ecosistemas; implica la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones.
- d. **Gestión Ambiental:** Conjunto de políticas, normas, actividades operativas y administrativas de planeamiento, financiamiento y control estrechamente vinculadas, que deben ser ejecutadas por el Estado y la sociedad para garantizar el desarrollo sustentable y una óptima calidad de vida.
- e. **Protección del Medio Ambiente:** Es el conjunto de políticas, planes, programas, normas y acciones destinadas a prevenir y controlar el deterioro del medio ambiente. Incluye tres aspectos: conservación del medio natural, prevención y control de la contaminación ambiental y manejo sustentable de los recursos naturales. La protección ambiental, es tarea conjunta del Estado, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y sector privado.

Con perspectiva hacia el año 2020, Ecuador formula PLANDETUR 2020 (MINTUR, 2013). Los objetivos estratégicos a ser alcanzados a través de la ejecución de sus programas y proyectos, son los siguientes:

1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.
2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

3. Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización ya en marcha, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.
4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.
5. Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.
6. Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.
7. Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.
8. Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.

Conclusiones

Es importante destacar que el desarrollo del Turismo Sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones receptoras presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

El turismo en las regiones donde se desenvuelve es un factor de desarrollo local determinante, al ser una actividad generadora de divisas, multiplicador del gasto del turista, y generadora de empleo, entre otros beneficios que trae consigo para el aumento de la calidad de vida en las comunidades.

Bibliografía

- Arias, T. (2008). *Ecuador un estado constitucional de derechos*. <http://www2.institut-gouvernance.org/fr/analyse/fiche-analyse-463.html>
- CEPAL. (2020). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19 Efectos económicos y sociales*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/4/S2000264_es.pdf
- Díaz Quintero, G., & Norman Vega, A. (2010). *Manual de Procedimientos para Entrenadores en Turismo Sustentable*. Consultores de CETA.
- Escudero Sánchez, C. L., & Cortez Suárez, L. A. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica* (Primera ed). Editorial UTMACH.
- Gudynas, E. (2009). La ecología política del giro biocéntrico en la nueva Constitución de Ecuador. *Revista de Estudios Sociales*, 32, 34–47.
- Hernanz, I. M., & Gil, F. M. (2013). Reflexiones sobre el concepto de Turismo Sostenible y su integración en el actual contexto sociopolítico ecuatoriano. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología (RACYT)*, 2(2), 68–88.
- MINTUR. (2013). *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020.”*
- Naredo, J. M. (1996). Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible. *Documentación Social*, 102, 129–147.
- OMT. (2020). *Desarrollo sostenible*. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- ONU. (2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*.
- Pololikashvili, Z. (2020). *La confianza es la nueva moneda*. 15-05-2020. <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-mayo-declaracion-omt-secretario-general>

- Rogelio Virgen, C. (2018). *Turismo y desarrollo sustentable de Carlos Rogelio Virgen*. 15-0-2018. <https://www.entornoturistico.com/turismo-y-desarrollo-sustentable-pdf/>
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo. Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*.
- SENPLADES. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*.
- Sistema Nacional de Información. (2015). *Diagnostico de la Provincia de Esmeraldas*.
- Torres, M. A. G. (2018). La gestión turística sostenible de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca Ecuador: Ámbito Empresarial. *Killkana Sociales: Revista de Investigación Científica*, 2(3), 51–58.

Dinámica de Consumo y Mercadeo en el Ecuador para la Copa Mundial de la FIFA Catar 2022

Diego Melo Pérez; Iván Aldaz Yépez; Wilson Nieto Aguilar; Andrés Luna Montalvo

Resumen

El Mundial de Fútbol es considerado uno de los eventos deportivos que convoca a la mayor cantidad de espectadores en el planeta, gracias a la interacción entre los medios de comunicación tradicionales y las tecnologías transmedia. Audiencias de los cinco continentes estuvieron pendientes de este certamen que ocurre cada cuatro años y que incluye a las 32 selecciones nacionales con el mejor desempeño en sus fases clasificatorias. Este estudio presenta una reflexión sobre los hábitos de consumo de información y su repercusión en la dinámica comercial y de mercadeo en el Ecuador previo a la Copa Mundial de la FIFA Catar 2022. Para esto se realizó un levantamiento de información a través de 1.438 encuestas en las que se realizaron 29 preguntas que permitían caracterizar el universo de la muestra y comprender las tendencias de consumo frente a la realización de este evento de escala global.

Palabras clave: Mundial De Fútbol, Deportes, Marketing, Hinchas.

Abstract

The Soccer World Cup is considered one of the sporting events that attracts the largest number of spectators on the planet, thanks to the interaction between traditional media and transmedia technologies. Audiences from the five continents were waiting for this contest that takes place every four years and that includes the 32 national teams with the best performance in their Qualifying phases. This study presents a reflection on the habits of information consumption and its impact on the commercial and marketing dynamics in Ecuador prior to the FIFA World Cup Qatar 2022. For this, an information survey was carried out through 1,438 surveys in which 29 questions were asked that allowed characterizing the universe of the sample and understanding consumption trends in the face of this global-scale event.

Keywords: World Cup, Sports, Marketing, Fans.

Introducción

La Final de la Copa Mundial de la FIFA entre Argentina y Francia significó “la mayor cantidad de tráfico en los 25 años de historia de la empresa en el buscador del navegador” según Sundar Pichai, director ejecutivo de Google (Infobae, 2022). De acuerdo FIFA (2018), se determina que, en el Mundial de 2018, una audiencia de 3.572 millones de espectadores siguió la cobertura oficial de la FIFA y que el último juego entre Francia y Croacia fue visto por aproximadamente 1.116 millones de personas en todo el planeta. Este dato incluye el evento televisado y el uso de plataformas digitales.

Con el apareamiento primero de la televisión y luego de las tecnologías transmedia, estos magnos eventos se han convertido en plataforma de la atención ecuménica, lo que también provoca ciertas repercusiones en los hábitos de consumo y de intercambio comercial en la mayoría de los países. En Ecuador, la participación del seleccionado nacional en este certamen desde el 2002, ha determinado ciertos comportamientos de carácter social que se expresan en un creciente interés en los diferentes componentes económicos que configuran la experiencia de la participación del país en el evento.

El objetivo de este trabajo de investigación es identificar las particularidades que se producen en la dinámica comercial y de consumo de información en el Ecuador frente a un evento deportivo de escala global. El estudio abordará una caracterización de los encuestados y una aproximación a las alternativas de gasto en torno a la realización de la Copa Mundial de Fútbol 2022 y su partido inaugural, en el que por primera vez participó Ecuador. Asimismo, se busca comprender el comportamiento de los diferentes tipos de marcas en el mundo.

Es aquí donde se identifican dos tipos de anunciantes: los que invierten directamente en la organización del evento, como es el caso de Adidas y Budweiser, y aquellas marcas que auspician la transmisión de las diferentes fases en medios como la televisión, la radio o plataformas multimedia. Además, está la relación con las marcas que generan productos que son consumidos desde lugares lejanos al estadio, como casas o restaurantes desde los que se mira esta transmisión.

Audiencia, comunicación y consumo de información

Los procesos de construcción de audiencias son diversos. Las tecnologías se convirtieron en espacios de interacción que permitieron generar otros tipos de consumo. Esto supuso un reto para los medios tradicionales que debieron adaptarse a realidades distintas a las que provocaron su nacimiento.

“La saturación y el desinterés de la audiencia son dos problemas que afectan al escenario mediático actual y se pueden producir por un exceso de información o por la presencia de contenidos redundantes o poco útiles” (Soengas-Pérez et al., 2019, p. 4) Es por eso importante construir perfiles de consumidores, la comunicación a la que están acostumbrados y los hábitos que desarrollan. Si se entiende lo que requieren se puede llegar a la composición de una comunidad cercana a los medios.

Las nuevas posibilidades de generación de contenido rompieron con el estereotipo de la audiencia pasiva. “En el nuevo escenario de comunicación, los usuarios han adquirido un poder desconocido, se han convertido en prosumidores, ya no solo se alimentan de la información que circula por la web, sino que también editan, comparten experiencias y producen contenidos” (Rodríguez-Hidalgo et al., 2020, p. 51). Un cambio radical.

Este es un elemento diferenciador que deben sortear los medios tradicionales. En el caso de las transmisiones deportivas, el consumidor ya no se queda estático frente a un televisor, necesita completar el proceso con otro tipo de información: estadísticas, mensajería, pronósticos deportivos, etc. Es por eso que las transmisiones de fútbol “han incorporado actividades que permiten la interacción a través de estas segundas pantallas, como elegir al mejor jugador, disponer de las repeticiones de las jugadas polémicas u opinar a través de las redes sociales” (Ruiz et al., 2020, p. 37).

En la actualidad “nos encontramos ante un nuevo tipo de audiencia deportiva que además de consumir el evento, también quiere ser protagonista del mismo” (Ruiz et al., 2020, p.37).Y este protagonismo se da por la posibilidad de acceder a espacios en los que hay libertad para publicar. No se pierde ese primer contacto con la información, pero se incorporan mayores posibilidades de vincularse con las competencias, sus protagonistas y sus datos.

Las experiencias se transforman y encuentran múltiples posibilidades informativas. Autores plantean el concepto de las multipantallas, que es la inclusión de otros dispositivos al de la televisión tradicional: “El consumo multipantalla se convirtió en una de las características de nuestra sociedad. Los celulares, tablets, computadoras y televisores ocupan gran parte del tiempo de los usuarios” (Manfredi Sánchez et al., 2015, p. 1).

En el caso del Mundial de Fútbol, la necesidad de información crece por la trascendencia del evento y la posibilidad de interactuar se genera desde diferentes espacios. El principio de la multipantalla se vuelve una oportunidad para anunciantes y un reto para los medios de comunicación. Es un momento

de construcción de audiencias cautivas, que requieren información y protagonismo, que se acercan a un contenido que está distribuido en distintas pantallas sostenidas por decenas de anunciantes que luchan por captar la atención de los consumidores.

Mercadeo, posicionamiento e impacto comercial

El mercadeo implica construir un proceso de interacción entre los cuatro elementos del marketing mix expuestos por Philip Kotler: producto, plaza, precio y promoción. Esto exige que las marcas identifiquen claramente los impulsos de compra de su segmento, por lo que el vínculo con la industria del entretenimiento y el espectáculo se concibe como una excelente herramienta de promoción, sobre todo cuando se configuran eventos masivos de convocatoria mundial.

En este espectro, la espectacularización permite que los eventos se configuren como un producto en sí mismos, lo que de alguna manera invita a que las marcas se anclen con el propósito de obtener posicionamiento y recordación, siempre con un objetivo comercial que los lleve a monetizar ese esfuerzo. Los altos niveles de producción y de inversión en tecnología se equiparán con los grandes acuerdos publicitarios que incentivan su difusión y las marcas han alineado sus estrategias de acuerdo a las audiencias y los valores que inspira cada disciplina deportiva.

“En cada uno de los países se debe conocer qué deportes son los más populares, debido a que cuando se implemente la estrategia de mercadeo deportivo, para que esta sea coherente, el segmento objetivo debe identificarse con el deporte escogido para la estrategia”. (Escobar Castro, 2014, p. 18)

Entre los deportes que se han distinguido por la difusión mediática se encuentran el fútbol, el béisbol, el hockey sobre hielo, el baloncesto, el fútbol americano, el boxeo, el rugby y el tenis. Sin embargo, la atención planetaria está supeditada a la importancia de la competencia, donde se imponen certámenes como la Copa Mundial de la FIFA o la Champions League, los **Grand Slams** de tenis en sus etapas finales y el Super Bowl del fútbol americano.

Iriarte & Cantín (2011, como se citó a cita a Bernice Kanner, 2004), en su reflexión sobre lo que hace tan atractivo al Super Bowl como escenario publicitario y se identifica que el suspenso expuesto por la periodicidad y la competitividad son los factores determinantes. Adicionalmente, la audiencia multitudinaria y diversa también se considera como incentivo para que las grandes marcas decidan apostar por colocar su publicidad en este evento. En este sentido, el Mundial de Fútbol cumple con los componentes determinantes

para convertirse en un motor para incentivar el enrolamiento; su periodicidad cuatrienal coloca un alto nivel de suspenso incluso en la fase de clasificación en la que participan más de 200 selecciones de los cinco continentes que compiten entre sí para conseguir uno de los 32 cupos de la cita mundialista.

Iriarte & Cantín (2011), asegura que el Super Bowl fue siempre una gran alternativa de promoción por el carácter multitudinario de la audiencia y las condiciones de la exposición a la que se tiene acceso al publicitarse en este evento. Es así como el carácter inscrito en su espectacularización logra que la cita mundialista de Catar 2022 cuente con las particularidades perfectas para seducir a una audiencia diversa y multitudinaria con más de 3.500 millones de personas en el mundo, como lo cita el estudio de audiencia proporcionado por FIFA en 2018.

La inversión de las marcas se inscribe en la posibilidad de construir una relación directa que motive el consumo y provoque una relación más cercana entre ellas y una audiencia global. En torno al Super Bowl, Iriarte & Cantín (2011), afirma que “a pesar de los altos precios, los anunciantes tenían la posibilidad de llegar a una audiencia muy amplia y heterogénea” que les permitía vincularse a los valores inscritos en ese tipo de competencia (p. 134). A través de su rol de auspiciantes, las marcas buscan posicionarse en el mercado y motivar su relación comercial con las audiencias al provocar proximidad con un anhelo que cumple con todas las características aspiracionales y experienciales que nutren a un espectáculo deportivo de este tipo.

Metodología

El artículo parte del estudio de las rutinas comerciales y preferencias deportivas de los ecuatorianos en el que se encontró un vínculo entre el comercio local y el negocio del fútbol entorno al Mundial de Catar 2022. Para llevar a cabo la contextualización del estado de la cuestión se recurrió al levantamiento de información de fuentes secundarias a través de la revisión de literatura sobre economía, negocios, comunicación y mercadeo.

La segunda etapa de la investigación se centra en el método cuantitativo y emplea la encuesta como herramienta de recolección de información. A través de la plataforma Google forms se construye un documento con 29 preguntas distribuidas en tres bloques que responden al perfil del encuestado, consumo comercial y consumos deportivos. La recolección de la información se realiza entre el 5 y 10 de noviembre del 2022, para la que se conforma un grupo de 63 personas para distribuir el instrumento mediante contactos de WhatsApp,

Facebook y correos electrónicos personales y empresariales. El resultado del proceso del levantamiento de la información permite recoger 1.438 encuestas entre personas mayores de 20 años, con profesiones indistintas y que sean residentes en el territorio ecuatoriano.

El error se fija mediante las fórmulas de poblaciones no finitas (Nogales, 2004) con la que se establece el margen de error en +/- 2.64%.

Figura 32.

Esquema metodológico, detalle de universo y muestra.



Resultados

La investigación estipula el análisis de 29 variables que se han trabajado para este documento académico en dos niveles: el primero se enfoca en caracterizar el tipo de personas que contestaron la encuesta y el segundo incorpora ámbitos vinculados a la gestión de marca y los hábitos de consumo en el país. Vale enfatizar que Ecuador clasificó a la cita mundialista y su participación tiene un nivel de incidencia en las prioridades al momento de decidir qué consumir y de qué marcas.

Caracterización del universo

Figura 33.

Composición etaria de los encuestados.



La mayoría se ubica en el rango etario de los 20 y 34 años copando el 65,34%, de los cuáles se identifica un 25,17% al segmento ubicado entre los 20 y 24 años. Asimismo, un 22,25% corresponden al rango entre los 25 y 29 años. Un segundo grupo se encuentra entre los 35 y 44 años que suman un 23,92%.

Como parte de la caracterización de la muestra se registra que la mayoría de los hogares o de unidades residenciales están compuestos entre uno y tres miembros, con el 50,14%, y en segundo lugar se ubica el grupo que registra entre cuatro y seis personas, con el 46,45%. Esto permite entender que casi la mitad viven en unidades residenciales numerosas, superando al promedio nacional de 3,78 personas por unidad familiar según el último Censo realizado por el INEC.

Uno de los indicadores de mayor relevancia se ubica en la cantidad de personas que trabajan en cada unidad habitacional. El registro ubica que el 48,82% cuenta con dos personas con trabajo, sin embargo, el 24,13% asegura que más de tres personas tienen trabajo en cada unidad habitacional, lo que de alguna manera nos permitirá comprender la dinámica de consumo de cada uno de los hogares.

Otro dato relevante en el levantamiento de información está determinado por el ingreso promedio de cada hogar, en donde el 32,89% asegura un registro entre USD 501 y USD 1000, seguido por el 21,35% de hogares que aseguran estar entre los USD 1001 y USD 2000, y un 19,61% que cuentan con un ingreso entre los USD 426 y USD 500. De igual manera, un dato importante fue que el 52,16% aseguraron vivir en casa propia y el 30,18% bajo un contrato de arriendo.

¿Dónde mirará el partido inaugural?

Figura 34.

Lugar en el que el encuestado mirará el partido inaugural.



El partido inaugural es uno de los momentos más importantes de la Copa Mundial de la FIFA y según los datos se trata de una experiencia muy familiar, pues la gran mayoría aseguran que verán el partido en su casa (58,55%) o en la de sus familiares 14,74%, y solamente un 13,77% afirman que asistirán a bares o restaurantes. Vale recordar que en esta ocasión la inauguración coincidió en domingo, que de alguna manera permitía que la gente pudiera agruparse o convocarse. Un resultado particular fue que el 12,93% aseguraron que acudirían a verlo entre amigos, lo que confirma el carácter familiar que aporta este primer duelo de la cita mundialista.

¿Cuánto gastará el día del partido inaugural?

Figura 35.

Presupuesto previsto para gastar el día del partido inaugural.



La gran mayoría (64,95%) reservarían un presupuesto de hasta USD 30 para esperar el partido inaugural, seguido por un grupo de 24,97% que tenían previsto un presupuesto entre USD 31 y USD 50. Si se considera que la mayor convocatoria se realizaría de forma grupal como se expuso en la anterior pregunta, se determina que se le brinda una importante atención al evento inaugural. Por otro lado, el 10,08% aseguraron que gastarían más de USD 50, de los que el 0,83% pensaban gastar más de USD 200.

¿Qué beberá el día del partido inaugural?

Figura 36.

Cuál es la bebida elegida que consumirá durante el partido inaugural.



Dentro de las respuestas se identifica que la cerveza sería la bebida más consumida durante el partido inaugural con el 46,59%, mientras que el 24,34% consideran las gaseosas como la alternativa de su preferencia. Vale destacar que entre los grandes auspiciantes durante la cita mundialista están marcas como Budweiser y Coca Cola, lo que se corresponde con la tendencia. En el caso de Coca Cola, según la publicación de El Economista (2022), se tiene un registro de USD 50 millones como costo de auspicio, por su parte la marca de cerveza estadounidense Budweiser registró una inversión de USD 75 millones.

En el mercado ecuatoriano, la cerveza Pilsener se ha ubicado por años como la principal auspiciante de la selección nacional y de los principales equipos del fútbol local, además de posicionarse como *la cerveza de los ecuatorianos*. Esto de alguna manera determina un alto nivel de concordancia con las métricas arrojadas por la encuesta.

El partido inaugural lo mirará por:

Figura 37.

En qué medio de comunicación o plataforma mirará el partido inaugural.



Otro de los elementos que provocan un gran impacto durante el Mundial de Fútbol está relacionado con la plataforma o la fuente a través de la que la audiencia mirará la cita mundialista. El partido inaugural, por su relevancia, identifica cuatro fuentes principales. La de mayor atractivo resultó ser Teleamazonas, el canal de televisión abierta que adquirió los derechos de transmisión, con el 34,01%, seguido por DirecTV con el 27,05% y el Canal del Fútbol con el 19,75%.

Uno de los resultados, no menos importante, es el de las plataformas no oficiales (19,19%), es decir, plataformas o páginas de *streaming* que replican la transmisión deportiva. Este último dato refleja la inserción de otras fuentes que no necesariamente se circunscriben con los medios tradicionales y que de alguna manera presentan opciones que son de mayor consumo por parte de las nuevas generaciones, incluso con origen de otras latitudes. Aquí también tiene que ver mucho los hábitos de consumo de información con audiencias que buscan espacios de interacción que provoquen una nueva experiencia al momento de mirar el partido.

Se suscribirá a aplicaciones de apuestas

Figura 38.

Cuál es la intención de suscripción a plataformas de apuesta.

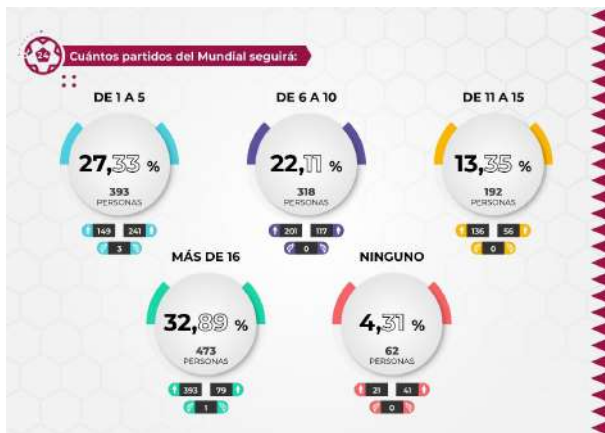


El 31,22% aseguraron que sí se registrarían a alguna de las casas de apuestas o pronósticos deportivos que operan en el Ecuador. Vale recordar que es una práctica creciente que mediante estrategias de marketing ha logrado insertarse en el imaginario local al punto que uno de los campeonatos nacionales de 2022 lleva incorporado en su nombre una de estas marcas: Liga Pro Betcris. Asimismo, las transmisiones contaron con el auspicio de varias casas de pronósticos deportivos que invitaban a que la audiencia se registre, incluso con ciertos beneficios al momento de su inscripción, como duplicar su primer saldo.

¿Cuántos partidos del Mundial seguirá?

Figura 39.

Cuántos partidos seguirá durante el mundial.



En esta pregunta se evidencia el interés que tiene la gente en los diferentes partidos del certamen, donde se destaca que la gran mayoría (con énfasis en hombres) afirma que verá más de 16 partidos (32.89%). Sin embargo, se identifica un segmento con el 35,46% que aseguran que verán entre 6 y 15 partidos, y un 27,33% que manifiestan un mínimo interés (mayormente mujeres), pues verán solamente entre 1 y 5 partidos.

¿Quién será campeón del mundo?

Figura 40.

Qué selección considera que se llevará el título del Mundial de Catar 2022.



La pregunta relacionada sobre quién considera que será el próximo campeón mundial, permite identificar dos tendencias; la primera, que el hecho de que Ecuador participe en la competencia ya brinda una relación emocional directa con la posibilidad de obtener el primer lugar (13,21%), a pesar de no contar con una tradición mundialista ni en fases finales. La segunda identifica una afinidad con los equipos sudamericanos augurándoles el campeonato a Argentina (36,93%) y Brasil (29,42%).

Conclusiones

La Copa Mundial de la FIFA cuenta con características particulares como evento deportivo que, gracias a las tecnologías de información y a los medios de comunicación masivos, logra convocar la atención global en una competencia que se realiza cada cuatro años con una duración aproximada de un mes. Características que al concentrarse en un solo deporte y al carácter aspiracional de la lid, provocan que el mercado de marcas anunciantes también trabaje su estrategia en torno a este evento.

Con la irrupción de los transmedia se construyeron nuevas audiencias que exigen otro tipo de contenidos y eso genera un reto para los medios tradicionales. El estudio evidencia que todavía hay una correspondencia cercana con la televisión abierta, en este caso con transmisiones gratuitas, pero se

incorporan otras formas que también son consumidas. Entonces, si bien los medios tradicionales mantienen su sitio como la principal fuente para ver los partidos del Mundial de Fútbol con el 34,01% y sus alternativas por televisión satelital o por cable que registran un 46,8%, existe un creciente menú de plataformas no oficiales o de **streaming** que brindan otras opciones a las audiencias, que muchas veces depende de su tarifa de pago o incluso de la estructura multipantalla que invita a que el usuario determine aquello que quiere ver.

Dadas las condiciones de la audiencia multitudinaria que convoca el certamen, las marcas no vinculadas directamente con la actividad deportiva, como las casas de apuestas o cervezas y gaseosas, encuentran en este evento la gran vitrina de auspicio para alcanzar públicos diversos. Las grandes inversiones determinan la importancia de este evento y la posibilidad de incidir en las costumbres de las audiencias globales.

En Ecuador, según los datos de la muestra, más del 95% manifiestan tener algún interés en el Mundial de Fútbol, pues casi la tercera parte asegura que mirará más de 16 partidos durante la cita mundialista y solo el 4,31% manifiestan que no verán ninguno de los encuentros. Por lo que se podría considerar que es uno de los eventos deportivos que convoca de manera generalizada la atención de los ecuatorianos.

Finalmente, la Copa Mundial cuenta con un alto grado emocional, afectivo y aspiracional, que se refleja en que el 13,21% de los encuestados manifiesta que Ecuador podría ser campeón del mundo, a pesar de no contar con una estadística favorable en sus anteriores participaciones. Esto se reafirma cuando se identifica que más del 60% eligen a Brasil y Argentina, dos países sudamericanos con tradición mundialista, como posibles campeones.

Bibliografía

- Escobar Castro, M. A. (2014). *Análisis del mercadeo deportivo como herramienta de posicionamiento de marca en Colombia* [Universidad Militar Nueva Granada]. [https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13280/ESCOBAR CASTRO MARIA ANDREA %281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13280/ESCOBAR_CASTRO_MARIA_ANDREA_%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- FIFA. (2018). *2018 FIFA World Cup Russia™ Global broadcast and audience summary*. <https://digitalhub.fifa.com/m/2589b77c20849beb/original/njqsntrvdvqv8ho1dag5-pdf.pdf>

- Infobae. (2022). *La final entre Argentina y Francia batió récord mundial en el buscador de Google*. 19-12-2022. <https://www.infobae.com/america/tecnologia/2022/12/19/la-final-entre-argentina-y-francia-batio-record-mundial-en-el-buscador-de-google/>
- Iriarte, J. B., & Cantín, H. O. (2011). La espectacularización televisiva a través del mensaje publicitario: el caso de la "super bowl" 2010. *Sphera Pública*, *11*, 125–143.
- Manfredi Sánchez, J. L., Rojas Torrijos, J. L., & Herranz de la Casa, J. M. (2015). Periodismo emprendedor: el periodismo deportivo en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, *70*, 69–90. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1035>
- Nogales, Á. F. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Esic Editorial.
- Rodríguez-Hidalgo, C., Rivera-Rogel, D., & Velásquez, A. (2020). Las audiencias en el contexto digital. *Endencias de La Comunicación II*, 45–55.
- Ruiz, S. D. L., Chalezquer, C. S., & Portilla, I. (2020). Fútbol y segundas pantallas: nuevos hábitos de consumo. *Nuevos Actores y Estrategias En El Espacio Mediático Compartido Aktore Eta Estrategia Berriak Testuinguru Mediatiko Partekatuan*.
- Soengas-Pérez, X., López-Cepeda, A. M., & Sixto-García, J. (2019). Dieta mediática, hábitos de consumo de noticias y desinformación en los universitarios españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, *74*, 1056–1070. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1371-54>

Emprendimiento sostenible y sustentable en Ecuador

Jeannina Maribel Minga Ayabaca

Introducción

A nivel mundial el Emprendimiento ha venido tomando importancia para el crecimiento Económico.

Ecuador no es la excepción, es por esto el actual gobierno y su primer mandatario Guillermo Lasso, promociona todas las acciones que, desde el sector privado, la academia y la sociedad, impulsan el Emprendimiento para el desarrollo del país. (Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, 2021)

Objetivo

Apoyar a la formación de emprendedores, que logren vincular los objetivos económicos y un alto nivel de conciencia ambiental.

Metodología

El presente trabajo tiene como base una investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc.

Se trata de mostrar la información relevante sobre un tema específico que viene de diversas fuentes como:

- Documentación impresa
- Documentación electrónica
- Documentación gráfica
- Documentación audiovisual

Desarrollo

Qué es Emprendimiento

El emprendimiento a nivel mundial ha sido establecido con la finalidad de crear negocios con el objetivo de generar ganancias. Los emprendimientos

en el Ecuador han sido parte de la economía de nuestro país, a pesar que han tenido que enfrentar distintos escenarios: conflicto bélico, desestabilización financiera, política.

Su crecimiento, ya que el segmento de la Pymes hace sentir relevancia en la economía ecuatoriana a partir de los años 50´ y 60´, con los emprendimientos que ya para estas épocas se venían desarrollando: tejidos, metal, minas, madera entre otros.

“El buen Vivir” formando parte de los objetivos de desarrollo del país, por ello, el Gobierno del Encuentro apoya todas las acciones que, desde el sector privado, la academia y la sociedad aporten para la reactivación del país.

Emprendimiento Sustentable

Tienen relación directa con su impacto medioambiental

- Se trata de un emprendimiento con base en la sostenibilidad, el cual busca un desarrollo económico que tenga consecuencias a nivel social y ambiental, a través de distintos proyectos emprendedores sustentables.
- No sólo se habla de emprendimiento sustentable cuando se trata de un proyecto de reciclaje, sino que cualquier otra actividad puede serlo siempre que sea racional en su contacto con la naturaleza. (Baumann, 2021)

Característica del emprendimiento sustentable

- Tomar acciones responsables con el medio ambiente.
- La innovación sustentable en su producción.
- El impacto de su trabajo en los ámbitos social y económico de su país.
- Obtener grandes beneficios que le permitirán mantenerse por largo tiempo sin agotar ni los recursos propios ni los externos (Baumann, 2021).

Emprendimiento Sostenible

- Son proyectos cuyo motor de su modelo de negocios es generar un retorno económico y un impacto positivo en el ambiente y la sociedad
- Este tipo de empresas se estructuran y manejan como cualquier negocio que generan ingresos de algún producto o servicio y haciendo posible un triple impacto.

- Las empresas sostenibles asumen un compromiso de mejora continua y ponen su propósito empresarial socioambiental, también ayudan a identificar todos los posibles puntos de mejora y oportunidades para ser un agente de cambio en la economía, protegiendo la misión y potenciando el triple impacto (Bolivia Emprende, 2022).

Modelos de negocio sostenibles y sustentables

Tabla 6.

Modelos de negocio sostenibles y sustentables.

Foodtech	Financiación verde	VPM (Vehículos de movilidad personal)
<ul style="list-style-type: none"> • Se trata de una tendencia que está cogiendo mucha relevancia y, especialmente, está creciendo el interés por la producción y transformación de alimentos: • Agricultura de precisión • Drones para la agricultura • Apps para la agricultura • Software 	<ul style="list-style-type: none"> • Requiere de profesionales especializados en la materia para que puedan canalizar todos estos nuevos instrumentos financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> • La micromovilidad es aquella modalidad de transporte a través de vehículos muy ligeros como patinetes, bicicletas o motos eléctricas.
Movilidad compartida	Moda sostenible	Cosmética natural
<ul style="list-style-type: none"> • Los servicios de movilidad compartida ayudan a reducir y renovar el parque de vehículos existentes. Además, disminuyen la contaminación, fomentan una movilidad sostenible e impulsan vehículos con energías limpias. 	<ul style="list-style-type: none"> • El objetivo de la tendencia de la moda sostenible o ética es crear un sistema que sea apoyado indefinidamente en cuanto a ambientalismo y responsabilidad social. El producto se elabora con materiales libres de componentes tóxicos apostando por marcas, prendas y tejidos fabricados localmente por trabajadores con condiciones laborales dignas y mediante procesos artesanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Son aquellos productos que utilizan un máximo de ingredientes que provienen de la agricultura y ganadería ecológicas. Respeta el medio ambiente y no contiene productos tóxicos, sino naturales. Convierte a sus clientes en consumidores responsables.

Transformar productos con material reciclado	Energy sharing	Modelos de renting
<ul style="list-style-type: none"> Se trata de un movimiento que nace con el objetivo de sacar partido a las grandes cantidades de desechos que producimos contribuyendo a la mejora del medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Este nuevo concepto de electricidad generada a partir de fuentes de energía renovable procedente de generadores eléctricos distribuidos, baterías de reserva y una red digital se combina para posibilitar la comercialización de energía entre particulares. Todos tenemos acumuladores de energía en nuestros hogares. 	<ul style="list-style-type: none"> Se trata de poder alquilar cosas que generalmente compraríamos. Estos últimos años se ha vuelto muy común el renting de coches, por ejemplo.
Herramientas de Teletrabajo		
<ul style="list-style-type: none"> Se ha demostrado que el impacto del trabajo en remoto en nuestro ecosistema es muy positivo. Esto se debe, principalmente, a causa del descenso de emisión de gases contaminantes a la atmósfera relacionados con los traslados a los centros de trabajo 		

Nota. Adaptado de *10 modelos de negocio sostenibles y rentables*, por Bello, 2021, IEBS.

Conclusiones

1. A nivel gubernamental, de gobiernos seccionales y la academia, se debe promover la creación de emprendimientos sostenibles y sustentables, que colaboren con el medio ambiente.
2. La innovación, es parte vital en la generación de emprendimientos, donde la tecnología tiene un papel preponderante.
3. Desde la academia y la vinculación con la sociedad, la capacitación a los emprendedores, ayudará a direccionar la generación de emprendimientos sostenible y sustentables.

Bibliografía

- Baumann, H. (2021). *Emprendimiento sustentable y rentable, la tendencia de los negocios “eco-friendly”* 18-11-2021. <https://www.crehana.com/blog/negocios/emprendimiento-sustentable/>
- Bello, E. (2021). *10 modelos de negocio sostenibles y rentables*. 3-06-2021. <https://www.iebschool.com/blog/modelos-de-negocio-sostenibles-creacion-empresas/>
- Bolivia Emprende. (2022). *¿Qué es un emprendimiento sostenible y cuáles son los pasos para realizarlo?* 10-06-2022. <https://boliviaemprende.com/tips/que-es-un-emprendimiento-sostenible-y-cuales-son-los-pasos-para-realizarlo#:~:text=Los emprendimientos sostenibles son proyectos,el ambiente y la sociedad.>
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2021). *Mi Gobierno será el gobierno de los emprendedores”: Guillermo Lasso*. 4-08-2021. <https://www.comunicacion.gob.ec/mi-gobierno-sera-el-gobierno-de-los-emprendedores-guillermo-lasso/>

Modernidad Líquida o Realidad Gaseosa: una Mirada desde el Sector Empresarial

Harold Stalin Quiñonez Francis; Mirian Noirmandy Quiñonez Francis

Resumen

Las constantes adaptaciones sociales afectan los sistemas organizacionales, las cuales deben adecuarse a los continuos cambios las empresas como representación organizacional, con diseños estructurales establecidos, igualmente han sido afectadas por la dinámica actual, estableciendo estrategias que permitan la sostenibilidad y productividad de sus bienes y servicios, por lo que han proyectado su dinámica en la modernidad líquida. Bauman reflexiona sobre los tiempos y espacios que antes estaban unidos, actualmente se encuentran separados, pero también hacen referencia sobre todo el tiempo frente el espacio. La modernidad líquida es una condición de vida en el que la compatibilidad, de un lugar y la relación social son caprichosos, impredecibles e intercambiables vínculos humanos se vuelven provisionales, los logros académicos y profesionales son temporales, y la estabilidad económica se sustituye por la flexibilidad en el trabajo. En lugar de la particularidad propia de la modernidad sólida, el individuo de la modernidad líquida busca la edificación de una identidad que se implanta en el contexto cambiante. La modernidad gaseosa es el vocablo de la modernidad líquida la autonomía de las atribuciones de las organizaciones públicas, el respeto a los derechos humanos, el carácter apolítico de las fuerzas armadas, la alternabilidad en el poder y la equidad electoral no constituyen un simple cambio del estado sólido a líquido, sino la vaporización de estos principios. Las personas se sienten más seguras existiendo solos que en sociedad, están perdiendo las destrezas de convivencia, sólo se movilizaran y se expresarán, en ciertas medidas, la modernidad gaseosa, es un algo que no se ve solo con los ojos de la razón tendencia hacia lo gaseoso se retroalimenta sobre todo lo concerniente con los medios de comunicación, pues la propia naturaleza gaseosa de estos genera unos patrones de consumo determinados y unos mecanismos de control que funcionan a la perfección según los intereses de las grandes empresas

Palabras clave: Modernidad Líquida; Realidad Gaseosa; Sector Empresarial.

Abstract

The constant social adaptations affect the organizational systems, which must adapt to the continuous changes, the companies as organizational representation, with established structural designs, have also been affected by the current dynamics, establishing strategies that allow the sustainability and produc-

tivity of their goods and services., for which they have projected their dynamics into liquid modernity. Bauman reflects on the times and spaces that used to be united, but are currently separated, but also refer to all time versus space. Liquid modernity is a condition of life in which compatibility, place, and social relationships are capricious, unpredictable, and interchangeable, human ties become provisional, academic and professional achievements are temporary, and economic stability is replaced by flexibility. at work. Instead of the particularity typical of solid modernity, the individual of liquid modernity seeks the construction of an identity that is implanted in the changing context. Gaseous modernity is the word for liquid modernity. The autonomy of the attributions of public organizations, respect for human rights, the apolitical nature of the armed forces, alternation in power and electoral equity do not constitute a simple change of the solid state to liquid, but the vaporization of these principles. People feel more secure existing alone than in society, they are losing the skills of coexistence, they will only mobilize and express themselves, to a certain extent, gaseous modernity is something that is not seen only with the eyes of reason, a tendency towards The gaseous is fed back above all that concerns the media, since the gaseous nature of these generates certain consumption patterns and control mechanisms that work perfectly according to the interests of large companies.

Keywords: Liquid Modernity; Gaseous reality; Business sector.

Introducción

La modernidad líquida es el resultado de una modernidad productiva y auténtica que se nos escapa de las manos y entre los dedos como el agua. Estos cambios físicos encajan en esta teoría de la modernidad porque después de la Segunda Guerra Mundial nos encontramos en al menos 30 años de prosperidad continua donde las personas están estrechamente relacionadas con otras. En este desarrollo, traducido en ciencia y tecnología, así como en política, economía, intercambio cultural, apertura de mercados, globalización, las personas se separan de la sociedad a la que están unidas (Hernández Moreno, 2016).

Esto quiere decir que se pasa de una sociedad rígida a una sociedad capitalista fluida, maleable, suave, fluida. Bowman explica que, ante la posibilidad de un cambio real, podemos responder positivamente, sintiéndonos cada vez más independientes y en control de nuestro propio destino, pero también puede haber personas que se sientan intimidadas por la situación. La

independencia no es fácil, la emancipación tiene consecuencias a las que no estamos acostumbrados.

Nos consideramos modernos, pero no lo somos. Uno, porque hay brechas en varios lugares que deben repararse; en segundo lugar, porque dentro de unos años esta modernidad dará paso a otra, pero necesariamente tiene que dar paso a otra idea. Para Bauman, las personas dejan de lado la emoción de complacencia y prosperidad, procedentes de la industrialización posterior a la segunda guerra mundial se considera que esa libertad conseguida con su independencia, ha hecho que el hombre se vaya almacenando más para sí mismo, despreocupándose aún más de lo que sucede a su alrededor. Señala que el hombre está inmerso en una sociedad consumista, que cada vez más busca satisfacción y más rápido, dadas las condiciones de expiración de los productos ofertados, y no necesariamente productos alimenticios. Tales son los casos de las colecciones de la moda, lo último en tecnología, que hoy lo es y mañana dejará de serlo. Considera que esa necesidad por las compras tiene como causa la búsqueda desesperada de pertenencia al grupo que guía los rumbos de la sociedad capitalista consumista (Hernández Moreno, 2016).

Señala que cuando vamos de compras, siempre exorcizamos el espíritu que solo se nos presenta. Pero solo con ellos no hay posibilidad de obtener más que eso. A mayor poder adquisitivo, mayores posibilidades. Las personas con bajo poder adquisitivo solo pueden obtener lo que se merecen. Adaptabilidad: Los humanos inevitablemente culminan en redes consumistas. Su identidad no es suficiente para salvarlo de ser parte de la sociedad sinóptica, sin embargo, todavía hay una delgada línea entre él y el enemigo número uno de la sociedad, los humanos (Hernández Moreno, 2016).

Una persona como tal sólo puede confiar en sí misma, no en los demás, porque su estabilidad está muy por encima de los intereses colectivos o públicos. Si a esto le sumamos que el Estado, que antes era garante de la estabilidad, de la certidumbre y hasta cierto punto de la libertad, en la actualidad no brinda estas garantías, entonces existe una división entre los nacionales, en la que se encuentra inmerso el patriotismo. Sólo le falta intentar alcanzar la mencionada estabilidad, entendida no sólo como estabilidad física, sino también mental (Hernández Moreno, 2016).

En otras palabras, en la modernidad sólida, una persona se sentía reconocida por el Estado, además de que representaba el futuro, si no más promisorio, al menos el futuro. Ahora el hombre está convencido de que ese futuro ha desaparecido, no sabe cómo será dentro de 4-5 décadas. Por ello,

es importante señalar que el hombre, al verse consumido por estas necesidades creadas, se refugia en sí mismo para lograr la referida estabilidad que se ha evaporado entre las fuerzas de los mercados financieros. El término “país-estado” era una sociedad sólida, a pesar de la estabilidad y la confianza en encontrar un nuevo modelo que justificara sus expectativas (Hernández Moreno, 2016).

Metodología

Documental descriptivo regida por el análisis bibliográfico relacionado con el tema de estudio, lo que permitió demostrar que la modernidad líquida y gaseosa y su enfoque empresarial.

Resultados

La Modernidad

Revelado por el sociólogo Sigmund Baumann, el término “modernidad líquida” hace referencia a una forma de vida en la que el cambio prevalece sobre otras consideraciones, dando lugar a un día a día más profundo y moderno en todos los ámbitos de la vida marco organizativo.

La filosofía de vida, los valores, la ética y la moral van cambiando con los tiempos, se están dando cambios políticos y sociales, y esto está cambiando la verdad: líquido, verdad cambiante, vida líquida, amor líquido, Era Líquida e Incertidumbre Variable.

La sociedad actual está dominada por el individualismo, con estilos de vida en constante cambio y una fugaz sensación de caducidad en todos los aspectos.

Las verdades en movimiento inquietan a los individuos porque les falta algo fijo y permanente.

La modernidad líquida

Bauman muestra que la modernidad sólida ha llegado a su fin: sólidos, porque, a diferencia de los líquidos, conservan su forma y perduran en el tiempo, son duraderos.

Esta metáfora de Bauman sirvió para entender mejor las diferencias entre el planeta sólido del industrialismo, con sus clases, ideologías y certezas, y el más incomprensible planeta de las no certezas del siglo XXI. Sin embargo,

el filósofo Daniel Innerarity abre el debate cuando señala que el proceso de globalización está conduciendo a un “mundo gaseoso” que responde mejor a los mercados financieros recientes con su vertiginosa expansión y espasmos, y a una sociedad digital y en red que se está transformando todo en corrientes volátiles y vaporosas en lugar de líquidas. El interior muestra que “la metáfora de la soda puede describir mejor las dificultades de la sociedad moderna, ya que “el gran problema político de todo el mundo moderno es cómo racionalizar lo inestable”. Se trata de un debate abierto, que oportunamente denuncia el filósofo vasco, aunque la metáfora de Baumann ya ha entrado en el sentido común de quienes se plantean estas cuestiones.

Se vuelven más conservadores o intentan sumarse a los que expresan las implicaciones del mercado, el mayor temor en una sociedad líquida.” No solo para explicar los orígenes de la sociedad capitalista, sino también como condición para el desarrollo permanente de la historia, Marx estableció la metáfora de que “todos los objetos sólidos desaparecen en el aire”, a pesar de que todas las preparaciones filosóficas se sustentaban en “estructuras”, las bases económicas y los tipos de cooperación productiva que sustentan a cada sociedad.

Sin embargo, la sociedad que describe Baumann se caracteriza por una fuerte inestabilidad de los acontecimientos, cambios repentinos e impredecibles, incertidumbre de la realidad, incertidumbre de las personas y colapso de la identidad.

Por su parte, el profesor Adolfo Vásquez Rocca muestra que la modernidad fluida -como categoría sociológica- es una figura de cambio y transitoriedad, desregulación y liberalización de los mercados. Dice que la metáfora de la fluidez de Bauman también busca explicar la precariedad de las conexiones humanas en una sociedad individualista y privatizada marcada por la naturaleza transitoria y fluida de sus interconexiones.

Bauman muestra que una sociedad que pone en riesgo como outsiders a los que tienen poco dinero, a los inmigrantes marginados como a todos, quiere ignorar que son el resultado de una realidad universal que cada vez se divide más en ricos y pobres, con menos protección social. Y el desmantelamiento del Estado de Confort y subraya que “limitar la independencia de los excluidos no aumenta la independencia de los que ya la tienen” y que debe ser global.

Si para Freud el principio de verdad prevalecía sobre el principio del placer personal, ahora, nos dice Baumann, el principio del placer se vuelve

dominante. Socialmente, Bauman ve este período de licuefacción, cuando el pavimento se derrite, como una versión privatizada de la modernidad, cuando el público actualmente no existe como uno sólido, y la responsabilidad del fracaso recae enteramente sobre los hombros del sujeto.

Actualmente no es posible utilizar las mismas categorías que se utilizaron para describir la sociedad industrial y el propio estado democrático liberal.

La velocidad y la instantaneidad forman parte de la nueva “modernidad fluida” donde la dureza, la pesadez y el tamaño no dominaban actualmente la época, como en tiempos del fordismo, que era la autoconciencia de una sociedad renovada en su “pesado y voluminoso o estado “inamovible”, “arraigado” y “sólido”. Esto es cierto para los conceptos a los que se refiere Bauman cuando habla de “Individualidad” donde menciona capitalismo “pesado” y “ligero”.

La post-Modernidad líquida

Cuando pensamos en maleabilidad o habituación, ¿en qué estamos pensando exactamente? ¿En un bloque de hormigón o en una sustancia líquida que toma fácilmente la forma del molde en el que se vierte?

Lo mismo se aplica a las empresas

Las organizaciones líquidas tienen la capacidad de responder y adaptarse con mayor agilidad a los desafíos que les impone el planeta, aceptando el cambio y la velocidad de la transformación como esencia de todo.

El concepto de organización fluida es en realidad una apropiación de la noción de “modernidad fluida” descrita por Zygmunt Bauman para describir los procesos de cambio por los que atraviesa la sociedad de la que formamos parte. La idea de que te graduaste, fuiste a una empresa a la que dedicaste toda tu vida y luego te jubilaste no existe en este momento.

Por el contrario, las personas están cambiando de trabajo, de industria e incluso de territorio a un ritmo vertiginoso.

Bauman llamó a este proceso de cambio modernidad fluida en vista de la estática del pasado.

Zygmunt Bauman, el sociólogo y filósofo polaco, uno de los más grandes pensadores contemporáneos fallecido a los 91 años, nos dejó en sus más de medio centenar de libros publicados y en particular en la trilogía “Liquid Modernity”, “Liquid Life” y “Liquid Love”, una conceptualización intensa y crítica de la posmodernidad (a la que denomina modernidad fluida) que permite comprender los cambios que vive la vida de las personas y sus colabora-

ciones sociales, políticas e incluso íntimas en este período marcado por la volatilidad.

Todo recae en el hombre, sólo de él depende encontrar de lo que es capaz, maximizar la indicada habilidad y elegir los fines para los cuales puede ser utilizada, o mejor dicho, aquellas que le den la mayor satisfacción.

Sin embargo, el descontento del cliente proviene de la abundancia, no de la escasez de oportunidades, por lo que Gerhard Schulze revela que “se trata de un nuevo tipo de incertidumbre: el desconocimiento de objetivos en lugar de la clásica ambigüedad provocada por el desconocimiento de los medios. Las propiedades de esta posmodernidad fluida, que tienen una interacción directa con el escenario en el que también se mueven la política y la subjetividad de los individuos, nos brindan la oportunidad de concentrarlas en el estrechamiento último del espacio y el tiempo, el descontento de las masas monumentales sobre un escala internacional, que logra diferentes motivaciones según el grado de desarrollo alcanzado en cada territorio, y en condiciones de incertidumbre, que es una característica importante de la liquidez, que ha perdido toda posibilidad de arraigo fuerte.

La separación de espacio y tiempo que se ha producido con la modernidad han sido dos puntos que hasta ahora se han entrelazado y unido a través de la interacción de la conformidad. “Lo privado coloniza el espacio público”.

Bauman señala que el término sociedad representa a la sociedad como una isla de paz cálida y doméstica a lo largo de un océano árido y agitado. Vásquez Rocca destaca la iniciativa de Bauman de que nuestras propias sociedades son artificiales, líquidas y frágiles; tan pronto como se desvanece el celo de sus miembros por preservar la sociedad, se desvanece con ellos.

Como dice Eric Hobsbawm, “Hombres y mujeres buscan equipos a los que pertenecer, con estabilidad y para toda la vida, en un mundo donde todos los demás se mueven y se mueven, donde nada más está a salvo”.

La era, para los individuos y los grupos sociales, es una dinámica frenética impuesta por el mercado: la “cultura del ahora”, la “cultura de la prisa”, como señala Bauman.

Las redes sociales contribuyen a la volatilidad del tiempo, forman equipos y sociedades virtuales que se aferran a principios y finales más allá de los tiempos reales para alcanzarlos, motivos autocomplacientes, como los llama Umberto Landi, para intentar encontrar un imperecedero equilibrio emocional, ser parte de algo, aunque sea efímero.

Surge el descontento con el poder político, transformándose en creciente abstención electoral e incesantes manifestaciones, sino en indignación -como diría Gessen por diversas razones: corrupción en la política, reclamos insatisfechos, aumento de reclamos inmateriales transmitidos directamente por la comunicación planetaria y en la subjetividad de la varias comunidades, espacios de investigación de la independencia en el sentido de soberanía, la reivindicación de la tutela de un estado más débil que aquel con el que se construyeron las comunidades socialdemócratas de confort, migraciones monumentales en busca de trabajo o por nuevos conflictos en un mundo sin liderazgos y , sobre todo, de -por la pobreza, el abandono, el desempleo en una sociedad que se automatiza a un ritmo vertiginoso sin innovaciones que puedan crear nuevos puestos de trabajo ni trabajadores formados para ellos.

Esto motiva o bien la indiferencia hacia la política, que por el momento no ofrece una respuesta adecuada a los sentimientos de inseguridad, o bien la exploración de respuestas más radicales e incluso populistas con la esperanza de que abarquen afirmaciones que la política clásica no puede interpretar.

Personas acostumbradas a defender fronteras nacionales, estados más rígidos, narrativas ideológicas o espirituales, certeza que se ha mostrado inquebrantable, hoy se sienten desnudas ante una nueva realidad fluida.

La modernidad líquida en la empresa

Durante un largo período de tiempo, si no para siempre, y ahora cada vez es más rápido, los roles de las personas comienzan a cambiar, los trabajos cambian, porque las empresas y sus necesidades cambian, y esto requiere cambiar a los empleados en las empresas Innovación de vez en cuando, más cada día. Requiere rotación, volatilidad laboral y la capacidad de trabajar en diferentes trabajos o campos. Las necesidades comerciales cambian, y las personas que dan forma a esas necesidades deben responder a esos cambios: personas mercuriales que pueden reinventarse, viajar y reubicarse cuando sea necesario, y darlo todo, incluso si pueden permanecer desplazados. Pero todo esto pone en entredicho la base de la educación tradicional, que se ha desacreditado y ya no se aplica a estas nuevas expresiones. La educación que reciben los jóvenes debe garantizar que tengan las herramientas que necesitan para encontrar trabajo y encajar. Los productos duraderos ya no son importantes, y la mayoría de los productos nuevos son de corta duración y sorprenden a los consumidores. El consumidor ya no está enfocado en satisfacer deseos, sino en estimular deseos de nuevos deseos. En la realidad líquida, lo importante no es conservar los objetos, sino renovarlos constantemente para

satisfacer el espíritu de consumo. Vivir en un mundo sólido en una realidad líquida genera ansiedad. Esto, junto con la necesidad de conectar, conduce a nuestra falta de compromiso por miedo a perder nuestra libertad. Todo cambia y la posibilidad de perderlo todo es muy posible - incierta - la vida fluida es una serie de nuevos comienzos y finales cortos e indoloros. Tenemos que aprender a vivir de esta manera, así como tenemos que acostumbrarnos a vivir en un mundo saturado de información. Necesitamos preparar a la próxima generación para la vida en este nuevo mundo. Las metáforas sobre los estados de movilidad social y sus dinámicas ayudan a comprender la impermanencia de la vida en el presente. Como resultado, instituciones como el matrimonio y la familia se vuelven inestables, inestables o incluso desaparecen. Este término *Evanescence* es quizás uno de los más relevantes de nuestro catálogo de modernidad líquida. En algún momento, sin embargo, Bowman podría pensar que la movilidad moderna puede evaporarse. Si encontramos el cenit creativo de Bauman alrededor de 1980-1990 años, podemos entender que sus supuestos, si bien son válidos, tienen que enfrentar las fronteras culturales específicas que podemos encontrar en África, Medio Oriente y América Latina. Se explora el cambio social en los Estados Unidos, sin mencionar la globalización económica en China y más allá. En estas latitudes han surgido dos fenómenos sin precedentes que plantean nuevos desafíos al statu quo académico: el terrorismo del Estado Islámico y las democracias autoritarias de América Latina. Por primera vez, el terrorismo ha creado un hogar para reclamar una entidad jurídico-política-religiosa históricamente superada: el califato. ISIS no solo se disfraza con algún tipo de estrategia geopolítica, sino que también recurre a medios anacrónicos. Por otro lado, las democracias autoritarias de América Latina, cuyo antecesor más lejano fue el PRI, se crearon sobre bases populistas como alternativas a las instituciones democráticas, ante lo cual el mundo académico y político se dividió en dos bandos. Los que defienden gobiernos legítimos de origen y los que se oponen a regímenes ilegítimos sobre los que ejercen su poder. Ambos casos son buenos ejemplos para ilustrar el concepto de modernidad fluida de Bowman, ya que muestran la evolución de las categorías filosóficas y sociales de lo fijo a lo fluido. Pero no todo es cambio y evolución (o involución). Hay categorías de evaporación. Cualquier ciudadano común que sufra las consecuencias de estas democracias autoritarias no necesita leer a Bowman, Lyotard o Habermas, algunos principios fundamentales de la democracia se han perdido por completo. Uno de ellos, el derecho a disentir. En las democracias republicanas, el respeto a la disidencia, especialmente a las minorías, se considera un derecho de nacimiento. Por el contrario, en las democracias autoritarias de América Latina, la disidencia de la minoría

es rápidamente humillada por el gobierno de la mayoría, o la disidencia de la mayoría es reprimida brutalmente por los pocos en el poder. La separación de espacio y tiempo que abrió se trasladó a la modernidad, dos aspectos que hasta entonces habían estado interconectados y unificados a través de la correspondencia. “Colonización Privada del Espacio Público”. Como dijo Bowman, “La guerra de liberación no ha terminado, pero para todo progreso futuro

Si encontramos el pico creativo de Bauman alrededor de 1980-1990. Años, podemos entender que sus supuestos, por muy válidos que sean, tienen que enfrentarse a las fronteras culturales específicas que podemos encontrar en África, Oriente Medio y América Latina. El cambio social se estudia en los Estados Unidos, sin mencionar la globalización económica en China y más allá. En estas latitudes han surgido dos fenómenos inéditos que plantean nuevos desafíos al statu quo académico: el terrorismo del Estado Islámico y las democracias autoritarias de América Latina. Por primera vez, el terrorismo ha creado un hogar para reclamar una entidad jurídico-política-religiosa históricamente superada: el califato. ISIS no solo se disfraza con algún tipo de estrategia geopolítica, sino que también recurre a medios anacrónicos. Por otro lado, las democracias autoritarias de América Latina, cuyo antecesor más lejano fue el PRI, se crearon sobre bases populistas como alternativas a las instituciones democráticas, ante lo cual el mundo académico y político se dividió en dos bandos. Los que defienden gobiernos legítimos de origen y los que se oponen a regímenes ilegítimos sobre los que ejercen su poder. Ambos casos son buenos ejemplos para ilustrar el concepto de modernidad fluida de Bowman, ya que muestran la evolución de las categorías filosóficas y sociales de lo fijo a lo fluido. Pero no todo es cambio y evolución (o involución).

Hay categorías de evaporación. Cualquier ciudadano común que sufra las consecuencias de estas democracias autoritarias no necesita leer a Bowman, Lyotard o Habermas, algunos principios fundamentales de la democracia se han perdido por completo. Uno de ellos, el derecho a disentir. En las democracias republicanas, el respeto a la disidencia, especialmente a las minorías, se considera un derecho de nacimiento. Por el contrario, en las democracias autoritarias de América Latina, la disidencia de la minoría es rápidamente humillada por el gobierno de la mayoría, o la disidencia de la mayoría es reprimida brutalmente por los pocos en el poder. La separación de espacio y tiempo que abrió se trasladó a la modernidad, dos aspectos que hasta entonces habían estado interconectados y unificados a través de la correspondencia. “Colonización Privada del Espacio Público”. Como dice Bowman, “La guerra de liberación no ha terminado, pero todo progreso futuro

debe revivir lo que ha trabajado tan duro en su historia para destruir y abrir camino". En la actualidad, toda verdadera liberación requiere cada vez más No menos "propiedad pública" que "poder público". Hay una necesidad urgente de proteger la propiedad pública de la intrusión privada. Bowman afirmó que el concepto de comunidad refleja la visión de la comunidad como una isla de calidez y paz en medio de un mar salvaje y embravecido. Vásquez Rocca enfatiza el punto de Bowman de que nuestra sociedad es artificial, cambiante y frágil; tan pronto como se desvanece el entusiasmo de sus camaradas por sostenerlos, se desvanece con ellos. No se pueden evitar los flujos, no se pueden cerrar las fronteras a la migración, el comercio, la información y el capital. Como dice Eric Hobsbaw, "En un mundo donde todo se mueve, se mueve, y nada más es seguro, los hombres y las mujeres buscan grupos a los que pertenecen, definitivamente, para siempre". En sentido sociológico, el comunitarismo es una reacción predecible a la acelerada "licuefacción" de la vida posmoderna, a sus consecuencias más dañinas y dolorosas: la relación entre libertad y seguridad individual, el creciente desequilibrio. Hoy, con el espacio global y la política local, los ciudadanos parecen tener poco control sobre los mercados transfronterizos y son percibidos como malos defensores de los intereses humanos. Para las personas y los grupos sociales, el tiempo es una especie de vitalidad frenética impuesta por el mercado: "cultura actual" y "cultura urgente", como decía Bauman.

La modernidad líquida vs la realidad gaseosa

La evaporación de la modernidad es la culminación de la modernidad líquida. Imponer los privilegios básicos de la democracia, como la autonomía del poder estatal, el respeto a los derechos humanos, la apolítica de las fuerzas armadas, la transición del poder y la integridad de las elecciones, no es una simple transición de lo duro a lo líquido., sino la evaporación de los principios antes mencionados. Por supuesto, esta frase te suena... tiene que ver con la imagen de una empresa y cómo se comporta en relación al lugar de trabajo. También se relaciona con el poder del entorno de trabajo y su impacto en el rendimiento y la productividad del equipo. Es cómo el entorno de trabajo determina e influye en el comportamiento humano y en los resultados del equipo y de la organización. Diseño, creatividad, circularidad, del mundo de las emociones, pasiones, estética... la comunicación es más abierta, todo está más cerca, las posibilidades son siempre mayores, porque hay más movimiento, energía y, en general, más posibilidad de grandes cambios. Sin embargo, la oficina de trabajo, el escenario más tradicional, tiene más que ver con un mundo más lineal, racional y lógico que con las artes y las humanida-

des. En definitiva, un mundo más duro y menos maleable. Los beneficios de crear este tipo de espacios en la empresa son muchos: mejoran la motivación, el rendimiento, las relaciones, la cooperación, la salud... Reflejan directamente el equilibrio económico y emocional de la empresa y aseguran el desarrollo y la sostenibilidad de la empresa. Persistente actualmente, los llamados lugares de trabajo de coworking y colaboración están en aumento. Un espacio de coworking para autónomos, emprendedores y empresas con el objetivo de crear sinergia, cooperación, aumentar la red de contactos, así como ahorrar al pequeño comercio los altos costes asociados a la creación de su propio espacio u oficina.

Por otro lado, las grandes empresas también utilizan este diseño para renovar sus locales. Empresas como Google, Youtube, Telefónica buscan cada vez más crear este tipo de espacios donde los grupos de trabajo se puedan integrar más fácilmente. Peter Drucker, el padre de la gestión, acuñó el nombre de “profesional del conocimiento” para los profesionales de esta nueva era de información y conocimiento, los que más necesitan este tipo de espacio y motivación para trabajar. La productividad laboral ya no está determinada por la cantidad de horas que una empresa o trabajador trabaja en una semana, sino si las horas invertidas en el trabajo todos los días son de calidad, productivas y brindan resultados reales para el equipo y la empresa. Esto se debe a las necesidades de la empresa y los diferentes tipos de trabajo de los empleados. Los puestos permanentes tienden a desaparecer, creándose puestos “hot desk” que se adaptan a las necesidades del momento, proyecto, etc. En conclusión, las empresas y entornos de trabajo más flexibles y abiertos tienen equipos más motivados, son más productivos y rinden mejor, y esto tiene un triple efecto en los negocios, la economía y la sociedad.

Modernidad Gaseosa

El gas, inspirado en la fe griega caos “superficie vacía” es introducido por J.B.van Helmont. La asignatura en forma vaporoso presenta una forma de agregación de las moléculas entre las cuales la pomposidad de encanto es tan laxa, tan débil, que esta asignatura en la vida presenta tampoco un estado determinada tampoco una corpulencia constante. La presión, la temperatura y la corpulencia determinan y alteran el gas (Lapoujade, 2017).

En la forma vaporosa, las partículas que componen el gas, entre las cuales la pomposidad de encanto es casi inexistente, presenta las moléculas y átomos congruos separados unos de otros, es aseverar con desestimación densidad. Las partículas se mueven a altas velocidades y en cualquier di-

rección, se pueden conducir grandes distancias, sin rango tampoco organización. La ventosidad en la vida tiene estado tampoco corpulencia continuo como consecuencia de las características señaladas de sus partículas, se difunden y pueden mezclarse con otras sustancias gaseosas, líquidas ya sólidas.

Las relaciones sociales imperantes en la actualidad muestran su estado gaseoso.

Por un lado, las convenientes coordenadas espaciales y temporales de la geometría plana proporcionan una imagen bidimensional, una superficie, un plano al que se reducen las entidades. En el arte corresponde a la pintura. 3D contiene volúmenes (fondo, altura, profundidad) y explora cuerpos rígidos. Es el equivalente artístico de la escultura. La cuarta dimensión incluye el tiempo en el continuo espacio-tiempo en el que los objetos son visibles. En el arte, corresponde a la danza, el teatro, el cine, la actuación.

Si las medidas bidimensionales se reducen figurativamente a un mínimo, es decir, a puntos y momentos, entonces dentro de cuatro dimensiones se convierten en puntos momentáneos en los que se puede describir el movimiento de moléculas y átomos, núcleos de energía. En el que la realidad física se derrumba. En el arte, el arte se centra en el momento, mientras que la música está dominada por el tiempo. Pienso en las notas, el núcleo de energía, el silencio momentáneo que las separa y las une, y su combinación en la música final. Este análisis ofrece una geometría encarnada en el arte (Lapoujade, 2006).

Por otro lado, la observación del comportamiento de estos puntos instantáneos o puntuados en geometría física, la reducción geométrica de moléculas y átomos en gases, es muy instructivo para complementar con esta metáfora el análisis de las características de la mayoría de las empresas salientes. En el 2017, este breve concepto básico del complejo proceso de fragmentación del tiempo y el espacio como punto de momento puede trasladarse metafóricamente al individuo en la sociedad actual. En particular, la acción de estos puntos momentáneos de átomos y moléculas en gases permite una descripción general del curso de la vida individual en la sociedad moderna. Los individuos son los puntos inestables que flotan en sociedades poco cohesionadas.

Realidad gaseosa en las empresas

La incertidumbre en la política, y por tanto la búsqueda de un mínimo de pertenencia, identidad y seguridad, lleva a las personas que viven en el descontento a anhelar el cambio, al mismo tiempo que buscan la menor incer-

tidumbre que puedan generar en su vida personal. O se vuelven más conservadores o intentan aferrarse al que tiene connotaciones de mercado, esperando que esta elección garantice el logro o mantenimiento de un nivel eficiente de consumo y la consiguiente adquisición de estatus social y seguridad uno. Para Bowman, la búsqueda de un nuevo tipo de liderazgo, modelo a seguir o mentoría se convirtió en una adicción, otra especie de “viaje de compras” que servía como “ventana” para que los votantes encontraran personas que cumplieran sus aspiraciones personales sin prejuicios ideológicos. Debería hacer que políticos, partidos e instituciones “aprendan a caminar sobre arenas movedizas”. Esto se aplica a todos, porque una misma relación, incluso la más íntima, puede tomar formas cambiantes y fluidas, y las relaciones amorosas pueden disolver fácilmente su pasado, “no dejan solidez en la que refugiarse”. Dijo Bowman, apresurándose a encontrar soluciones personales independientes de la otra persona, los vínculos afectivos se vuelven frágiles y la soledad se convierte en una búsqueda de seguridad para reducir la ansiedad. En tales casos, una relación amorosa se considera una inversión rentable. Una garantía de seguridad resuelva sus problemas En estos casos “el amor, dice Bowman, es la prenda de un futuro incierto e incomprensible”.

La promesa de las promesas, desde el trabajo hasta el amor, todo pierde sentido a la larga y todo entra en el ritmo del consumo, en esta vorágine el valor, el cariño, la lealtad se consumen y desechan a una velocidad altísima, convirtiéndose en un obstáculo para la búsqueda el sentimiento de felicidad y seguridad personal también se caracterizará por la vulnerabilidad. La modernidad líquida se caracteriza por un individualismo ansioso, al que se vive en oposición las relaciones, y por ello, como otros fenómenos, las relaciones amorosas suelen ser inestables e inestables, y entre sentimientos de abandono y búsqueda de seguridad emocional oscilan entre emociones. En esencia, Bowman muestra cómo el ámbito empresarial lo impregna todo, que las relaciones se miden en términos de costos y beneficios, de “liquidez”, en términos puramente financieros. Se abandona la necesidad, reemplazada por el deseo, y ahora el deseo será abandonado por el deseo como sustituto indispensable: liberación completa del “principio del placer”. La vida de los consumidores no se rige por normas, sino por tentaciones, deseos crecientes y anhelos caprichosos, no por reglas normativas. Pero entonces el deseo de comprar se convierte en una adicción, una lucha intensa con la agudeza y la dolorosa incertidumbre de la incertidumbre, mientras los consumidores intentan librarse de todo tipo de ansiedad. Jeremy Seabrook dijo: “El capitalismo no proporciona el producto a la gente, proporciona a la gente el producto”. La acción elegida es más importante que la elegida, en este caso Bowman's Poor, conocida aquí

como marginación forzada, lo hacen. No pertenece al círculo de los consumidores porque no es capaz de seguir el ritmo acelerado de los consumidores. La “fluidez” y la “flexibilidad” de la identidad que caracterizan el estilo de vida de “compras” son herramientas más que herramientas para la liberación.

En sus reflexiones sobre el “espacio/tiempo”, Bowman se refiere a que el consumo es un entretenimiento absoluto, incurablemente personal, una cascada de sensaciones. Tanto es así que sugiere la existencia de “espacios émicos”, “espacios fágicos”, “no-espacios” y “espacios vacíos”. La metáfora elegida por Ritzer del “santuario del consumo” se refiere al espacio de consumo/compras. Es un “espacio flotante, un lugar sin lugar, existente en sí mismo, encerrado en sí mismo y a la vez trasladado a la infinitud del mar”. Un viaje al “espacio del consumidor” es un viaje a una comunidad largamente esperada que, como la experiencia de compra, está para siempre en “otro lugar”. Bowman argumenta que el consumismo en una sociedad móvil ha llevado al desperdicio humano, y que la globalización y la industria del miedo han creado división y caos. La principal conclusión que nos deja Bowman es: “Vivimos y el mundo vive en una época de gran incertidumbre. Desde crisis económicas hasta constantes guerras en ciertas partes del mundo. El hombre ya no tiene valores seguros y puntos de referencia, por lo que en la era posmoderna reacciona aislándose, preocupándose por su individualidad y perdiéndose en la confusión de una vida cada vez más ajetreada. Además, Bowman sigue a la psicóloga eslava Svetlana Briorna al advertir que el mundo sufre “una epidemia global de nostalgia, un anhelo emocional por una comunidad con una memoria colectiva, un deseo de continuidad en el mundo de la década de 1980, que se cobró todo clases”.

Un peligro resurgente que alimentó el resurgimiento del nacionalismo y el regreso a extremismos ideológicos, mitos y símbolos del pasado. Para ello, la retroutopía de Bauman aborda un pasado ya abandonado que no quiere perecer, se reintroduce en un vacío político y es incapaz de convertirse en una nueva utopía. Bowman sugiere que la diversidad es “la divergencia, la confrontación de diferentes puntos de vista, la rivalidad entre diferentes concepciones de la justicia y la injusticia” como un elemento emocionante, creativo y creíble de la especie humana. El ciudadano global vive en esta realidad cambiante en total soledad, y sólo puede ser salvado por la solidaridad, por la liberación del derecho a cambiar la visión de la justicia social, por la democracia que requiere de la participación ciudadana., como nuevas ideas y valores que superen la apatía y la desconfianza existencial que separa a las personas de todo vínculo social o político.

Reflexiones finales

Las necesidades de los clientes o consumidores del siglo XXI dominan el mercado empresarial global y se convierten en un desafío con una creatividad e innovación en constante cambio para lograr y superar los objetivos establecidos. Por lo tanto, el desafío de las empresas ecuatorianas es adaptarse a un diseño de negocio que enfatice la flexibilidad y adaptar el proyecto a los requerimientos necesarios que están limitados por los procesos tradicionales y el diseño jerárquico conservador.

Este patrón de cambio es tomado por el estilo de vida empresarial creado por la globalización y la modernidad cambiante, las tendencias sociales en su dinámica habitual crean una cultura que se ha transformado de un estilo de vida a una estructura de empresas, pymes y emprendedores tanto formales como informales constructores anchos gares de trabajo representativos.

El diseño organizacional de la movilidad es parte de la sociedad del trabajo y del mercado ecuatoriano, por lo que, a partir de 2016, como parte de una política inclusiva, se desarrolló una normativa para legalizar las modalidades de trabajo remoto.

Esto ha permitido el surgimiento de organizaciones empresariales incrementando el flujo adquisitivo institucional, así como su sostenibilidad y desarrollo, como hilo conductor hacia transformaciones culturales adaptables a los cambios, de allí la denominación de empresas líquidas.

La modalidad del teletrabajo ha sido la alternativa laboral bajo el enfoque de modernidad empresarial líquida empleada en los contextos organizacionales en el Ecuador.

Desde su legalización en el año 2006, ha experimentado un crecimiento, acción que generó la aplicación obligatoria por acuerdo ministerial No. MDT-2020-076 con resultados significativos notorios en el rendimiento laboral.

Ecuador permite evidenciar que la modernidad de la movilidad es una tendencia que brinda estrategias flexibles para adaptarse al entorno laboral en una sociedad cambiante, y Ecuador no está exento de las realidades antes mencionadas, por lo que el sector empresarial cuenta con alternativas efectivas para la movilidad laboral, que está bajo presión Leyes Nacionales reglamenten y entren en vigor. Por lo tanto, se recomienda desarrollar un programa de capacitación dirigido a empleados y empleadores para comprender la infraestructura que se está implementando en la comunidad empresarial móvil de Ecuador, mejorar la gestión y la motivación, y más consejos de gerentes y/o

instituciones. Para evitar distorsiones, errores y actividades ilícitas. La metáfora fluida, con el debido respeto al enfoque de Bowman, ya no es suficiente: el nanocontenido (y nosotros y ellos) sale disparado como moléculas gaseosas y chocan entre sí para formar interminables carambolas de texto. Tampoco se excluye que mientras algunas sociedades están sumidas en una fase, otras se explican mejor con una metáfora diferente. (Sólido, líquido, gas, plasma)

Zygmunt Bauman aplica esta metáfora a diversas relaciones o procesos sociales, desde el amor hasta las crisis de la mediana edad, pasando por la política, el arte y la educación. Una modernidad que toma formas maleables y menos rígidas sin abandonar la progresión lineal del progreso.

Bibliografía

- Hernández Moreno, J. (2016). Política y cultura. *Política y Cultura*, 45, 279–282. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422016000100279&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Lapoujade, M. N. (2006). *La imaginación estética en la mirada de Vermeer*. Herder.
- Lapoujade, M. N. (2017). Salud en las sociedades gaseosas. *Ciencias Psicológicas*, 247. <https://doi.org/10.22235/cp.v11i2.1501>

Estrategia de Internacionalización y Crecimiento de Mercado de Fibra de Coco de la Hacienda Ayampe

Diana Katuska Peña

Resumen

En la actualidad el proceso de internacionalización de las empresas es un aspecto clave y se deriva de la necesidad por buscar nuevos mercados y no depender solo de un mercado local, dado que estos son cada vez más reducidos y con amplia competencia, por ende, es necesario ampliarlo a partir del aprovechamiento de recursos que generalmente se desaprovechan debido a falta de conocimiento y poca experiencia. El estudio se enfoca en determinar estrategias de internacionalización para crecimiento de mercado de fibra de coco de la Hacienda Ayampe a mercados internacionales, ya que en esta existe desconocimiento sobre el potencial de este producto, teniendo limitaciones para comercializar y exportar fibra de coco a países que la requieran para transformar en productos elaborados como cuerda, sustrato, maceteros. La metodología empleada es de tipo descriptiva, apoyada en el método bibliográfico y analítico – sintético, utilizando la técnica de la entrevista dirigida a comerciantes mayoristas y minoristas. Se logró determinar que la fruta es transportada al Cantón Villamil Playas para procesar el agua y distribuir en centros comerciales. Los principales resultados indican que la fibra de coco es utilizada y demandada en otros países para elaborar otros productos, asimismo se evidenció que la hacienda tiene capacidad productiva de 12 toneladas anuales de coco por lo que es apta para producir y exportar fibra de coco a mercados externos y que se desperdicia este producto con alto potencial para el crecimiento del mercado.

Palabras claves: Estrategia, Crecimiento, Mercado Exterior, Internacionalización.

Abstract

Currently, the process of internationalization of companies is a key aspect and is derived from the need to seek new markets and not depend only on a local market, since these are increasingly reduced and with wide competition, therefore, it is necessary to expand it from the use of resources that are generally wasted due to lack of knowledge and little experience. The study focuses on determining internationalization strategies for market growth of coconut fiber from Hacienda Ayampe to international markets, since there is a lack of knowledge about the potential of this product, having limitations to market and export coconut fiber to countries that require it to transform it into processed

products such as rope, substrate, pots. The methodology used was descriptive, based on the bibliographic and analytical-synthetic method, using the interview technique aimed at wholesalers and retailers. It was determined that the fruit is transported to the Villamil Playas canton for water processing and distribution in commercial centers. The main results indicate that coconut fiber is used and demanded in other countries to produce other products. It was also found that the farm has a production capacity of 12 tons of coconut per year, making it suitable for producing and exporting coconut fiber to foreign markets, and that this product with high potential for market growth is being wasted.

Keywords: Strategy, Growth, Foreign Market, Internationalization.

Introducción

En los últimos años, la utilización de productos biodegradables ha incrementado debido a los altos precios de productos elaborados con materiales sintéticos, además de ofrecer calidad de vida a los usuarios o consumidores en diferentes partes del mundo. Hoy en día la protección del medioambiente lleva implícita las palabras recuperación, reciclado, medio ambiente limpio, biodegradable, etc. Los países industrializados son grandes productores de desechos que no se pueden destruir de una manera sencilla y rápida. Actualmente el mundo presenta una oportunidad para desarrollarse sosteniblemente a base de productos naturales uno de ellos es la fibra de coco la cual es extraída de la cáscara de la misma fruta, a partir de esta se derivan algunos productos tales como: cabos, alfombras, maceteros, sustratos, artesanías, etc (Genesis Keyla, 2018).

La competitividad en los mercados internacionales se da por el aumento de la producción nacional por lo que tiene que ir ligado con las políticas de estado que apoyen a personas naturales y jurídicas para impulsar el desarrollo de productos y servicios factibles de ser exportados.

Cada vez son más las empresas que pierden el miedo de comercializar sus productos fuera del territorio nacional, generando así un mayor crecimiento económico. La economía mundial se encuentra en uno de los momentos de mayor dinamismo y cambio, con la unificación de mercados, la estandarización de los productos, los nuevos canales de comunicación, la homogeneización de los gustos y las necesidades de los consumidores, es por todo aquello que las empresas ya sean pequeñas o grandes han empezado a promocionar y comercializar sus productos para que estos tengan aceptación

en los mercados objetivos, teniendo como resultado un mayor crecimiento económico (EAE Business School, 2020).

La producción, comercialización y exportación de coco y palmas cocoteras constituye gran importancia en la economía ecuatoriana dado que su desarrollo genera fuentes de empleo e ingresos al país. La internacionalización supone ampliar los mercados de la empresa, y por tanto permite obtener una mayor cifra de negocios. Eso tiene una serie de efectos positivos derivados del crecimiento, tanto para la empresa como para la sociedad en general: mayor producción, más empleo, más inversión, más impuestos para la hacienda pública y, previsiblemente, si la empresa actúa de forma eficiente, mayores beneficios empresariales. En resumen, la internacionalización permite aumentar el volumen de negocio de la empresa e, indirectamente, el nivel de renta del conjunto de la economía (Fanjul, 2021).

Ecuador es un país rico en biodiversidad y recursos naturales que hay que explotar razonablemente. Posee múltiples plantaciones de palmas cocoteras productoras de coco en todo el país especialmente en la costa ecuatoriana. La fibra o estopa de coco no está siendo explotada en Ecuador a pesar de poseer múltiples ventajas y beneficios, es por ello que surge la necesidad de proponer a la Hacienda productora de coco Ayampe exportar la fibra de coco a mercados internacionales ya que está solo se desecha mientras en otros países se la utiliza para transformación de nuevos productos con valor agregado, por desconocimiento de la sociedad no se sabe aprovechar sus beneficios (Genesis Keyla, 2018).

El problema de la investigación radica en el desconocimiento sobre crecimiento de mercado y logística internacional para comercializar y exportar fibra de coco a países que la utilizan para transformar en nuevos productos. El estudio tiene por objeto de estudio determinar estrategias de internacionalización a fin de obtener crecimiento de mercado con la fibra de coco de la Hacienda Ayampe. A nivel local el crecimiento de mercado de la fibra de coco tendrá impacto positivo como crecimiento económico y social, a través de esto se generarán fuentes de empleo en la localidad y esto conlleva a mejorar la calidad de vida de la población.

Desarrollo

Mora (1999), indica que la fibra de coco constituye un excelente sustrato, por su buena capacidad de retención de humedad, ofreciendo grandes ventajas para la mezcla con otros sustratos. En Costa Rica en los últimos tiempos

se ha iniciado la producción de este sustrato, sin embargo, faltan algunos controles en la calidad, ya que existen materiales derivados de fibra “joven” que se ofrecen a la venta sin previo tratamiento en la eliminación de sustancias tóxicas. La fibra de coco empleada en hidroponía debe tener una alta relación carbono/nitrógeno, para que se mantenga estable químicamente en el sustrato. (p.97). Tras su procesado se obtienen tres productos de fibra de uso agrícola como son el llamado chip, la fibra de coco y el polvo de coco (Aefa, 2017).

El consumo de productos derivados de coco presenta un crecimiento mucho más acelerado que la producción de esta fruta tropical. En los últimos años en Costa Rica, varias empresas han incursionado en la elaboración de productos derivados de coco, por ejemplo: aceite, snacks de coco seco, productos cosméticos como jabones o cremas, etc., sumándose a la tendencia mundial de consumo, a octubre del 2018 las exportaciones de coco y subproductos alcanzaron \$1,8 millones, los cuales se dirigieron principalmente a Canadá (27%), Estados Unidos (20%), Holanda (12%) y Colombia (11%) (TradeneWS, 2018). Ecuador tiene una diversidad de productos, pero con el auge del petróleo se observa un estancamiento relativo en el sector agrícola especialmente en la elaboración de nuevos productos. A partir de los años 60 se inició un proceso acelerado de urbanización, en la cual como resultado un crecimiento a la demanda en el País, por esta razón se vio obligado a la importación de productos, teniendo como resultado un déficit en la balanza de pagos (Suárez Ramos & Wong Nan, 2011).

Por esta razón se considera en la obligación de innovar productos manufacturados. Y este es el caso de la cáscara de coco, tomando a este como materia prima, que es considerada un desperdicio en el país, que se puede utilizar de diversas formas, principalmente como sustrato. Siendo este utilizado en la agricultura aportando con una gran capacidad de retener el agua. El desconocimiento no permite invertir en nuevas industrias, para la reutilización de productos naturales y elaborados, de esta manera fomentar nuevas fuentes de empleo a familias ecuatorianas y aportar al Producto Interno Bruto (PIB) del país (Suárez Ramos & Wong Nan, 2011).

Actualmente, el mercado competitivo a nivel mundial se da por el incremento de la producción nacional, lo cual tiene que ir ligado a políticas de estado que apoyen a personas naturales o jurídicas, para impulsar el desarrollo de bienes y servicios de calidad, factibles de ser exportados. Ecuador es un país con muchos recursos naturales y biodiversidad, la cual hay que explotar racionalmente (Suárez Ramos & Wong Nan, 2011).

Como se ha referido anteriormente, Ecuador es un país rico en diversas formas, pero una de las principales es la variedad de árboles que entre estos está el coco, conocido también como palma de coco, es una de los árboles más valiosos del mundo (Genesis Keyla, 2018).

Existen países que cultivan coco para alimentación es por ello que las cantidades de fibra de coco son extensas, anteriormente que no existían estudios de fibra de coco estas solo se desechaban, pero con el pasar de los años un investigador concluyó que estas servían para algo más especialmente ayudaba mucho en la agricultura. (Genesis Keyla, 2018)

Figura 41.

Productos derivados de la estopa de coco.



Nota. Adaptado de Estudio de factibilidad para la industrialización de la fibra de coco en el recinto La Tolita, Pampa de Oro-Esmeraldas, por García González, 2015, Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador.

Los productos derivados de la fibra de coco por su consistencia y firmeza son diversos y con múltiples beneficios, estos productos son: artículos de cuerdas de estopa de cocoprensada, sacos de cuerda, cuerdas para barco, láminas, cepillos, fieltro de aguja, etc. Son utilizados en diversas partes del mundo en diversos mercados (García González, 2015).

En este sentido, la internacionalización es un proceso a largo plazo, con etapas clave en un plan detallado. No se trata de tener una presencia puntual en algún otro país, sino de estar completamente asentado en la economía de esos países. Hay que tener la estrategia bien definida en el mercado local y entender que los mercados internacionales aportan otras variables a la posibilidad de éxito del producto o servicio: temas culturales, los requisitos sanitarios, ambientales, normas técnicas y reglamentaciones en los productos (Galiano González, 2020).

La internacionalización de la empresa puede definirse como un proceso mediante el cual ésta desarrolla una parte de sus actividades (venta de sus productos, compra de suministros, producción, etc.) en otros países distintos al suyo de origen (Fanjul, 2021).

¿Qué tener en cuenta para internacionalizar la empresa?

- Analizar las ventajas competitivas de cada mercado al que se ingresa. El clásico análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas).
- Definirse internamente, la estrategia, la filosofía, la metodología de trabajo, hay que estar bien localmente para salir “afuera”.
- Tener en cuenta los costos de penetración de los mercados y cómo han disminuido. Antes debías viajar y tener reuniones presenciales, hoy es más fácil tener Partners con los que uno se reúne por videoconferencias, es fundamental hacer contactos.
- Tener en cuenta la distribución del producto (logística), la producción que se necesita para cubrir la demanda, la posibilidad de que se necesite más personal trabajando (Galiano González, 2020).

Las principales estrategias de internacionalización utilizadas por las empresas son las siguientes:

Estrategia multinacional es aquella que aplican las empresas multinacionales. Una empresa multinacional ha sido creada y registrada legalmente en un país de origen, pero además tiene otras filiales en otros países del mundo. De la misma forma, estas empresas tienen activos e instalaciones de producción ubicados en distintos países del mundo, pero todas sus estrategias, planes de acciones y decisiones importantes provienen de la casa matriz ubicada en el país de origen. En realidad, esta forma de internacionalización favorece el proceso de desarrollo en los países donde se establece, porque

generan una mayor producción de bienes y servicios. Así mismo, estas empresas generan oportunidades laborales (Quiroa, 2020).

Estrategia transnacional, es aplicada por las empresas que tienen una casa matriz y luego se expanden con subsidiarias a otros países del mundo. El propósito es poder producir o comercializar sus productos en otros mercados. Alcanzando la eficiencia al competir en el mercado internacional. Son aplicadas por las empresas transnacionales. De hecho, el flujo de capacidades y habilidades se realiza desde el país de origen hacia el país dónde se localiza y, simultáneamente, desde la subsidiaria internacional hacia el país de origen (Quiroa, 2020).

En consecuencia, para alcanzar una mayor ventaja competitiva; las empresas se valen de diferentes actividades como investigación, desarrollo, marketing, producción y comercialización para agregar valor en sus entregas al mercado. Ciertamente, sus activos financieros se forman por la aportación del capital proveniente de muchos países del mundo. Como realizan procesos de producción en muchos países, pueden realizar actividades de importación y exportación (Quiroa, 2020).

Estrategia global, considera cada país en el que opera la empresa como un segmento del mercado global. La ventaja competitiva se alcanza porque se pueden producir productos más estandarizados para lograr la eficiencia mundial, pero adaptados a las necesidades de cada mercado. Luego, este tipo de estrategia es utilizada en las empresas globales, las cuales requieren un nivel alto de coordinación y centralización de las decisiones desde la casa matriz para explotar al máximo sus ventajas competitivas y estratégicas. La aplicación de estrategias de internacionalización les permite a las empresas aumentar su nivel de competitividad, expandir su crecimiento, tener costos más bajos, y consolidar sus productos y marcas. Aunque las empresas deben saber que su aplicación no es un proceso fácil por las diferencias tanto legales, como económicas y culturales de cada país. Pero sobre todo porque cada consumidor es diferente (Quiroa, 2020).

Por lo expuesto, si una empresa quiere perdurar competitivamente en el mercado debe plantearse de forma constante el desarrollo de estrategias de crecimiento, pero no sólo para mejorar las ventas, la cuota de mercado, el beneficio o el tamaño de la organización, sino también para sobrevivir a los ataques de la competencia, gracias a las economías de escala y a los efectos experiencia que ofrece. Se pueden distinguir cuatro estrategias básicas de crecimiento y expansión para una empresa de distribución comercial:

- Estrategia de penetración en el mercado: explotación del mismo formato comercial en el mismo mercado, mediante los mismos productos o productos ligeramente alterados.
- Estrategia de internacionalización: apertura a otros mercados geográficos con el mismo formato comercial.
- Estrategia de integración vertical: extensión de las actividades de la compañía hacia actividades mayoristas y de producción.
- Estrategia de diversificación: entrada en otros formatos comerciales y en sectores de apoyo a la actividad comercial.

Las estrategias de crecimiento pueden realizarse a través de un crecimiento interno u orgánico o un crecimiento externo. La elección de una u otra opción dependerá de diversos factores, como pueden ser, la fase del ciclo de vida de la fórmula comercial, la saturación del mercado, el nivel de competencia, la necesidad o no de un rápido crecimiento, la existencia o no de posibles colaboradores externos, el nivel de recursos y capacidades de la empresa (CEIPE, 2019).

Barreras a la internacionalización

Cuatro son los obstáculos que se presentan como barreras para que las empresas se internacionalizan:

Limitaciones de recursos financieros

Las limitaciones de recursos financieros pueden afectar a diversos aspectos de la actividad de la empresa:

- En su funcionamiento interno. La empresa necesita dinero para financiar su actividad productiva, capital circulante, etc. Más directamente relacionado con su actividad internacional, la empresa necesita disponer de recursos para financiar sus actividades comerciales y de marketing (visitar mercados, participar en ferias y misiones comerciales, preparar material promocional, etc.).
- En su relación con potenciales clientes, la empresa necesita ofrecer financiación a sus clientes extranjeros para que éstos financien sus compras. Puede tratarse de financiación a corto plazo (a la que es corriente referirse de forma genérica como “trade finance”), o financiación a medio o largo plazo, en la que es normal emplear créditos a la exportación. En este tipo de financiación dirigida a clientes no suele ser concedida directamente por la empresa, sino por instituciones fi-

nancieras, normalmente bancos. La empresa debe presentar en este sentido la operación a un banco para que éste conceda la financiación al cliente. Ello puede requerir contar con garantías adecuadas. En este sentido un papel fundamental lo desempeñan las agencias de seguro de crédito a la exportación (conocidas con frecuencia por sus siglas en inglés, ECA, de “Export Credit Agencies”), que serán objeto de un artículo específico en esta Escuela de Comercio Exterior (Fanjul, 2021).

Falta de personal directivo preparado

La carencia de medios humanos preparados se manifiesta en algo tan sencillo como que muchas Pymes no tienen personal que hable idiomas. Hay casos (extremos) de empresas que para preparar un correo electrónico lo redactan en español y luego lo traducen al inglés en un traductor de la web. Bastante más frecuente es el caso de empresarios que viajan a mercados maduros, como los europeos o norteamericanos, y, como no hablan inglés, pretenden celebrar sus entrevistas con potenciales socios con el apoyo de un intérprete, algo que resulta chocante a las empresas de esos países, las cuales fácilmente pueden descartar el entablar negociaciones comerciales con unas personas que necesitan un intérprete para hablar en inglés. Muchas empresas intentan exportar sin tener una web en inglés, y con frecuencia con una web en español mal construida. Hoy en día no se puede pretender operar en mercados internacionales sin contar con una web en inglés. Igualmente es necesario tener unos conocimientos mínimos de técnicas de comercio exterior. La internacionalización precisa tener gestores preparados para ella, con un conocimiento mínimo de cómo funcionan los mercados internacionales (Fanjul, 2021).

Dificultad para identificar potenciales clientes o socios y oportunidades de negocio en otros países

Este es uno de los obstáculos clave con los que tropiezan las empresas, a pesar de que se pueda pensar que con los avances en información que ha posibilitado Internet este obstáculo habría perdido importancia. A través de Internet se puede obtener mucha información, pero es preciso tener la capacidad para estudiarla y depurar de forma adecuada; y aquí nos encontramos de nuevo con la barrera mencionada en el punto anterior, la falta de preparación de los recursos humanos (Fanjul, 2021).

Dificultad para obtener información sobre mercados exteriores

Este es sin duda uno de los campos en los que con Internet se ha dado un gran avance. Hoy es mucho más fácil que hace 20 años obtener a través de Internet estudios de mercado, o información sobre regulaciones de importaciones en otros países, por poner dos ejemplos del tipo de información más relevante que necesita una empresa cuando aborda los mercados internacionales. En todo caso, sigue siendo un área cuya importancia es con frecuencia minusvalorada en las empresas (Fanjul, 2021).

Materiales y Métodos

La investigación fue de tipo cuali-cuantitativa, misma que se apoyó en el uso del método deductivo el cual que permitió determinar los problemas en particular que tiene la HaciendaAyampe derivados de la falta de conocimiento para aprovechar el potencial productoderivado de la fibra del coco. Del mismo modo, se empleó el método descriptivo con la finalidad de elaborar una descripción técnica de los problemas que padece el objeto de estudio. Para realizar un análisis exhaustivo de fuentes secundarias tales como revistas, artículos, libros electrónicos, blogs entre otros, que han permitido la elaboración de este artículo se hizo uso del método bibliográfico

Las técnicas empleadas son la entrevista que se ejecutó a fin de obtener información relevante y significativa por parte del propietario de la hacienda.

Para la ejecución del diagnóstico se utilizó la técnica de la encuesta, la misma que fue enfocada, clientes y mercados internacionales, considerando un total de 40 involucrados.

Resultados

A partir del levantamiento de información, se logró obtener los siguientes resultados con referencia al proceso de internacionalización y crecimiento de mercado para los productos derivados de la fibra de coco.

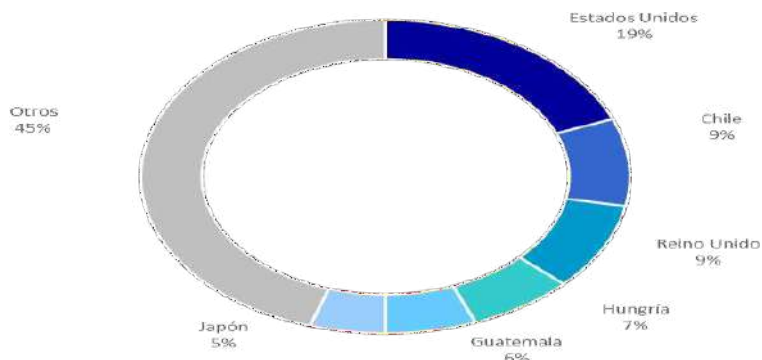
Producto de la revisión bibliográfica se determinó que en el país existen varias empresas que han logrado crecimiento de mercado al aplicar estrategias de internacionalización tales como Ferromedicación mesas de apoyo y mesad de mayo para instrumental quirúrgico, Joyfood con snacks, Alipa Viva con polvo de chochos, Pacari con chcolate, Ingesa con macarillas y Mirafruit con aguacate hass, entre otras empresas que han conseguido exportar sus

productos, captando mercados internacionales a partir de la aplicación de estrategias de internacionalización superando varias barreras.

Según datos de ProEcuador, Ministerio de Agricultura y Ministerio de Comercio Exterior (2021) en el año 2020 estas empresas lograron ubicar sus productos en varias regiones del mundo como se muestra a continuación:

Figura 42.

Destinos de productos elaborados por empresas ecuatorianas.



A partir del diagnóstico se logra establecer que la hacienda comercializa cocos a nivel nacional siendo transportados principalmente a Villamil Playas donde el dueño de la misma tiene la maquinaria para embotellar el agua de coco y comercializar a los centros comerciales del cantón con el nombre de “Coco Rico”, del mismo modo el coco es vendido a comerciantes mayoristas y minoristas que requieran ya sea para comercializar, transformar o para consumo personal.

En cuanto a la fibra, al no contar con la maquinaria necesaria para transformar la fibra en sustrato o productos derivados está se acumula para que seque con el sol y con el viento se expande a las palmas sirviendo como abono natural.

En la entrevista realizada al dueño de la hacienda se conoció que tiene capacidad de producción amplia por ende si se da la oportunidad de exportar fibra de coco tendría competitividad en los mercados internacionales, la ventaja de exportar la fibra de coco será que crecerán y se expandirán nacionalmente e internacionalmente.

La fibra de coco tiene un largo periodo de vida porque es una fibra natural y de alta consistencia por ello no se dañará esto depende del proceso que

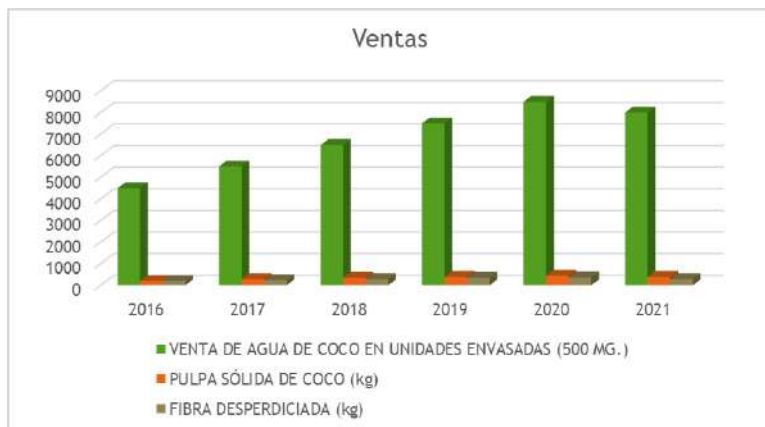
se le dé a la fibra cuando se la transforme en nuevos productos. Los países a los que se exportará la fibra son México, Chile, Brasil, Perú, la estrategia que utilizarían es la de crecimiento externo para realizar fusiones y alianzas estratégicas también se tendría un intermediario para que realice los trámites necesarios y todo lo que tenga que ver con encontrar a quien vender la fibra, por ende, al propietario le gustaría conocer un plan para internacionalizar la fibra de coco para beneficio de la hacienda.

Como se muestra en la gráfica se observa que la producción de en los últimos años se ha mantenido, sin embargo, no se aprovecha la fibra de este producto.

Figura 43.***Producción de coco.***

Figura 44.

Desperdicio de fibra de coco.



Como se observa en las gráficas solo se utiliza el agua, desperdiciando anualmente mas de mil kilogramos de la fibra de coco que es apetecida en muchos países como materia prima para la elaboración de otros productos derivados.

Discusión

A partir del análisis bibliográfico y ejecución de diagnóstico a partir del empleo de las técnicas, se llegó a la conclusión de que las estrategias de internacionalización permiten evaluar, estudiar y captar nuevos segmentos de mercado, convirtiéndola en una herramienta comercial muy significativa para las empresas. Actualmente la hacienda enfrenta problemas relacionados con la falta de conocimiento, maquinaria y recursos que se destinen para aprovechar al máximo el potencial de la fibra de coco, por lo que se vuelve prioritario la inversión en este sector que de ser explotado generaría ingresos para el sector y el país.

Mones (2021), indica que “La importación es el traslado de bienes y servicios del extranjero. Primordialmente esta actividad depende de dos agentes, el que requiere el producto o servicio y el que lo brinda o lo fabrica.” El Ministerio de Agricultura y Ganadería expone que países a nivel internacional lo que exportan en mayor cantidad es el aceite de coco con el 60%, seguido de copra de coco con el 52%, el coco deshidratado tiene el 40% de importación.

nes mundiales, la fibra de coco con el 30% y la torta de coco con el 30% de importaciones, manifestando que existen altas probabilidades que los países exportarán fibra de coco proveniente de Ecuador.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería corroboró que los países que importan fibra de coco son los siguientes: China importa 34.570 toneladas anuales, Países Bajos importa 25.538 toneladas anuales, Alemania importa 36.793 toneladas anuales, Reino Unido importa 23.182 toneladas anuales, Japón importa 25.200 toneladas anuales, España importa 10.520 toneladas anuales, Slovenia importa 9.843 toneladas anuales, Bélgica Luxemburgo importa 5.500 toneladas anuales, Malasia importa 8.687 toneladas anuales, Sud África importa 4.020 toneladas anuales y Francia importa 3.998 toneladas anuales (Genesis Keyla, 2018).

Finalmente, es necesario un proceso de capacitaciones para preparar a los propietarios de haciendas productoras de coco a fin de que puedan superar las barreras a la exportación de los productos en pro de incrementar los ingresos mediante estrategias que les permitan internacionalizarse y poder crecer los mercados donde colocan sus productos.

Conclusiones

- La importancia de la internacionalización de las empresas se refleja en la necesidad de las mismas por buscar nuevos mercados y no depender solo de un mercado local que cada vez es más reducido y competido, por ende, es necesario ampliar y aprovechar los recursos que en la actualidad se desaprovechan por falta de conocimiento, en este caso específico la fibra de coco.
- La implementación de las estrategias requiere de constancia, conocimiento y procesos de expansión definidos y sistemáticos. No se puede pretender que de la noche a la mañana una empresa logre posicionarse en los mercados internacionales, para ello necesario la toma de decisiones acertadas sobre las estrategias de internacionalización a implementar y tener claro hasta qué nivel de internacionalización se quiere llegar (exportación, asociación, Inversión Directa extranjera) y el grado de riesgo que están dispuestos a asumir.
- “Aunque ser innovador no sea tan fácil como lo describen” la invención de productos que marquen una tendencia en el mercado es una muy buena forma de entrar en nuevos mercados; ya que exis-

ten varias formas de fortalecer una empresa que quiera surgir y salir del mercado local, como lo son el aprovechamiento de los recursos naturales (y no la explotación, ya que son términos diferentes) a los que podría acceder para elaborar diferentes productos a menores y mejores costos.

Bibliografía

- Aefa. (2017). *Fibra de coco*. <https://aefa-agronutrientes.org/glosario-de-terminos-utiles-en-agronutricion/fibra-de-coco>
- CEIPE. (2019). *Las estrategias de crecimiento empresarial*. 2019. <https://www.ceupe.com/blog/las-estrategias-de-crecimiento-empresarial.html>
- EAE Business School. (2020). *Ventajas y desventajas de la internacionalización*. <https://www.eaeprogramas.es/blog/internacionalizacion/siete-ventajas-de-la-internacionalizacion>
- Fanjul, E. (2021). *Qué es la internacionalización de la empresa*. https://www.iberglobal.com/files/2021/Que_es_la_internacionalizacion_de_la_empresa-C.pdf
- Galiano González, M. J. (2020). *Crecimiento internacional del grupo corporativo fuertes, SL* [Universidad de Jaén]. <https://crea.ujaen.es/handle/10953.1/12923>
- García González, S. P. (2015). *Estudio de factibilidad para la industrialización de la fibra de coco en el recinto La Tolita, Pampa de Oro-Esmeraldas* [Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13414/1/UPS-GT001768.pdf>
- GENESIS KEYLA, P. P. (2018). *Estrategias de internacionalización para el crecimiento de mercado de fibra de coco de “La hacienda AYAMPE”* [UNESUM]. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3310>
- Mones, M. (2021). *¿Qué es importar? Empieza a importar productos*. 10-06-2021. <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>
- Quiroa, M. (2020). *Estrategia de internacionalización*. 21-07-2020. <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-internacionalizacion.html>

Suárez Ramos, J. C., & Wong Nan, L. A. (2011). *Exportación de manufactura de fibra de coco* [ULVR]. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/471>

Percepción de la Ciudadanía con Relación a la Gestión de las Instituciones Gubernamentales y la Necesidad de Gestionar Eficientemente la Percepción de las Entidades Gubernamentales: “Un Estudio Descriptivo en el Ecuador”

Rubén Darío Ramos Grijalva; Wilson Germán Nieto Aguilar

Resumen

La identificación o percepción, a pesar de ser subjetiva y estar determinada por ideas, recuerdos y memorias en la mente de las personas, es decir imágenes mentales, no es menos cierto que puede ser objeto o blanco de incidencias o alteraciones por parte de las instituciones gubernamentales mediante la publicidad o la propaganda política; razón por la cual, es de suma importancia establecer un estudio que refleje en lo posible y de la manera más objetiva la percepción de la ciudadanía respecto de las instituciones gubernamentales. Este documento presenta los resultados de un sondeo descriptivo realizado en Ecuador, cuyo propósito es el de verificar en la población seleccionada, el grado de identificación o percepción favorable respecto de la gestión de estas instituciones. Partiendo de una metodología cuantitativa, se caracteriza la investigación como descriptiva no experimental longitudinal; y si bien existen publicaciones similares en Ecuador en los dos últimos años, conforme una indagación en Google Académico, estas distan de la presente en que sus fuentes son sesgadas, pues responden a encuestadoras afines con el gobierno o contrarias. Los resultados muestran un consolidado de la percepción de los ciudadanos en los tres últimos años y se establecen conclusiones centradas en la necesidad de gestionar eficientemente la percepción de las entidades gubernamentales en los ciudadanos.

Palabras clave: Identificación, Individualización, Percepción, Globalización, Cultura.

Abstract

This document presents the results of a descriptive study carried out in Ecuador to evaluate the degree of identification that Ecuadorians have of government institutions in the last three years. The importance of carrying out this research lies in analyzing the appreciation of Ecuadorians on relevant social issues of interest to them, as well as the credibility and trust in the management of government institutions by citizens. It is intended to verify in the selected population, the degree of identification or perception regarding the management of government companies. Based on a quantitative methodology, the research is characterized as descriptive not longitudinal experimental; and although

there are similar publications in Ecuador in the last two years, according to an inquiry in Google Scholar, these are far from the present in that their sources are biased, as they respond to pollsters related to the government or contrary. The results show a consolidation of the perception of citizens in the last three years and conclusions focused on the need to efficiently manage the perception of government entities in citizens are established.

Keywords: Government Institutions, Identification, Perception, Globalization, Culture.

Introducción

Individuación e individualización institucionales

La palabra identidad tiene su origen en el latín ídem, que significa lo mismo y, por consiguiente, identificación e identidad son, respectivamente, la acción y el resultado de igualar, de entresacar individuos o instituciones que pueden considerarse iguales en algunas de sus características, de reunir o agrupar bajo una denominación común todo lo que coincide en una o varias de sus particularidades, cualquiera sea la índole de estas (E. Vera, 2003).

En un intento por ajustar lo precedente al ámbito de las instituciones gubernamentales y partiendo de la etimología de la palabra identidad, una institución pública o privada se compone de todos aquellos elementos que configuran su realidad. Así su entorno, cultura, conocimiento, formación integral, sentido de responsabilidad social, forma de relacionarse, historia, filosofía, la manera de comunicarse, estrategias, estilos de gestión, reputación corporativa, la conducta de los empleados, etc.; confieren un perfil determinado a la identidad. Incluso el aspecto personal de sus colaboradores a través de su estilo en el vestir, su aseo y los decorados que puedan lucir sus instalaciones. De modo que lo propio siempre será distinguible y aunque las organizaciones posean patrones de actuación globalizantes, la identidad tiene escasas posibilidades de invisibilizarse frente a la otricidad (el resto de identidades).

En este contrapunto se puede establecer un debate conceptual que gira en torno a dos polos: la identificación versus la individualización. El individualismo es lo contrario a la identificación, pues se basaría en el principio de que una institución, en tanto sistema cultural, es única y distinta de todas las demás, parafraseando a Castells, vale decir cada tipo de identidad lleva a una organización diferente, lo que respalda la idea de que la identidad debe ser tratada desde la perspectiva de la individuación. La identificación por su lado

haría a todas las organizaciones iguales, exigiendo con frecuencia la renuncia a su propia cultura.

La identidad es la consecuencia de una hibridación cultural dirá García Canclini, noción que bien puede ser aplicada a la identidad de las instituciones, lo cual no es conveniente, cuando dicha hibridación es el resultado de un comportamiento pasivo e inconsciente, en la que la empresa termina magnetizada, atraída por una suerte de apego excesivo hacia la plasticidad, esto es la adaptación a los requerimientos del entorno, tanto que por esto, es capaz de perder de vista sus propios propósitos, en pos de lograr dominar la flexibilidad y el equilibrio aniquilando así su individualidad en oposición a otras organizaciones. Según la identidad por oposición, cualquier entidad se define a sí misma en relación, o más precisamente en oposición a otras (Scheinsohn, 2009).

La sociedad de la información como un elemento que permite a las organizaciones interactuar con sus públicos de interés y sus contextos; y, mientras permita individualizar y desestandarizar a unas instituciones de otras, será una superación de la identidad de diferenciación por sobre la identidad de oposición. Se debe tomar en cuenta que las instituciones públicas, privadas o del tercer sector experimentan permanentemente una suerte de destribalización y retribalización dependiendo de la incursión (y hasta intromisión) de los factores que conforman su entorno. A este respecto, en una organización pueden concurrir simultáneamente innumerables identidades, que van reduciendo la extensión de su ámbito de aplicación según aumenta el número de los signos identificadores considerados. Queda con esto claro que toda cualidad de identificación debe distinguir perfectamente a sus elementos del resto, no por oposición, sino más por diferenciación.

Es muy cierto que, con el desarrollo del auge tecnológico, el de las comunicaciones y sus nuevas tecnologías nociones como cultura e identidades corporativas rebasaron las parcelas antropológicas y sociológicas de análisis, de modo que su análisis visto así resulta frágil e incipiente. Mas, valdría, haciendo caso a García Canclini, analizarla desde enfoques transdisciplinarios. La identidad y las culturas corporativas u organizacionales deben ser repensadas en marcos de referencia y contextos híbridos, que con la sociedad red por obviedad se acortan. La individuación o a cada tipo de identidad una empresa diferente somete a las organizaciones a una invisibilidad incluso dentro de su mismo territorio.

Sartori, se preguntó ya, ¿hasta qué punto una sociedad abierta debe ser abierta?, igual cuestionamiento se podría plantear en el sector público, ¿hasta qué punto una institución gubernamental debe ser abierta?, pregunta esta que bien podría desencadenar en muchos estudiosos, algunos cuestionamientos y/o confrontaciones, uno de ellos se me antoja, es el de la monocultura versus la pluriculturalidad; y no me refiero a la pluriculturalidad étnica que ciertamente constituye y forma parte de la identidad nacional de las sociedades, sino más bien a la pluriculturalidad como resultado de la injerencia de los mecanismos financieros, publicitarios y mediatizados a los que apela la globalización para introducirse en otros territorios, incluso en corporativos. Tampoco me refiero a la monocultura del consumo, aquella a la que le han abocado las multinacionales (Sartori, 2001).

La noción de identificación por extensión, debiera ajustarse a la noción de identidad primaria de Castells, esto es que se especialicen interiorizando valores y creencias en los públicos de una institución gubernamental, de modo que puedan diferenciarse de las demás, distinguiéndose así de la otricidad o de la identidad por oposición. Lo que termina en última instancia reforzando la identidad individual y colectiva institucional con carácter de intransferible, neutralizando con ello la homogeneización, estandarización, modelación y uniformización, a las que podría conducirles la injerencia globalizante.

Comunicación e identificación

A cada institución gubernamental, su identidad le confiere su unicidad, la misma que se forja por el carácter del sector, las decisiones estratégicas del presente, los sucesos importantes de su historia, la personalidad, los valores y las creencias arraigadas en sus públicos internos y externos, y muy especialmente por sus comunicaciones corporativas. La identidad de una institución expresa aquellas cosas que la distinguen; que le confieren ese clima, esa sensación o esa atmósfera diferente.

Debido a esta individualidad, cada entidad o institución debe examinar minuciosamente la estructura que posee y la que necesita; y lo puede hacer en base a dos dimensiones: si tiene un enfoque más hacia el interior o más hacia el exterior, y si las reacciones frente al cambio son flexibles y espontáneas o rígidamente controladas y metódicas.

De regreso al ámbito comunicacional, es fácil colegir que la comunicación actual, ya no es lo que era en otros tiempos, desde la década de los 60 y particularmente con la popularización del internet en la década de los 70, las instituciones se han visto obligadas a insertarse en una comunidad global,

gracias a la presencia de la *mass self-communication*, que en mucho han superado la manera de operar de la comunicación de masas, permitiendo el auge de organizaciones virtuales, que a pesar de la diversidad cultural y el multilingüismo cultural ahora deben mantener su liderazgo y reputación también en contextos online, su homogeneidad sobre la base de la construcción de identidades autónomas (G. M. de Castro & López, 2006).

El multilingüismo actual, convertido ya en un fenómeno social se rige por las necesidades de la globalización y la apertura cultural, debido a la facilidad de acceso a la información facilitada por el internet, que es la exposición de los individuos a múltiples idiomas promoviendo así una necesidad de adquirir idiomas adicionales.

Hoy más que nunca antes, es el uso de la tecnología la que dota de individuación, libertad, descentralización e independencia a todo cuanto conforma una sociedad. Las organizaciones no escapan al impacto tecnológico, si a esto le agregamos la particularidad de la influencia de las tecnologías de distribución de contenidos en la construcción de la identidad, como lo plantea Castells. Mucho de la identidad, imagen y reputación corporativas tiende a ser gestionado y analizado desde el paradigma de las nuevas tecnologías, las organizaciones se han visto envueltas en grandes macrotransformaciones, que surgen en un contexto multicultural con la ayuda de aquellas.

Ahora bien, mientras las mentadas macrotransformaciones no sean producto de una identidad planetaria, construida sobre la base de falsos valores consumistas o que responden a los intereses económicos, culturales y políticos de las grandes capitales transnacionales; las organizaciones, entidades, organismos, y las instituciones gubernamentales como tal, deben emprender un proyecto de identidad cultural sólido, en el que se reconozca y respete la diversidad cultural de sus grupos de interés y sus identidades específicas y que simultáneamente, sin perder la identidad que las particularizan, apunten hacia la construcción de proyectos culturales en los que toda transformación y cambio no ignore que una verdadera identidad corporativa debe constituirse y asumirse.

Metodología

En esta investigación descriptiva no experimental y de corte longitudinal en su fase empírica, se solicitó la participación de algunas personas de distintas provincias de Ecuador y de diversas profesiones entre 20 y 60 años de edad, radicadas en Quito.

Figura 45.

Ficha técnica.



Las variables cualitativas nominales, cuantitativas y ordinales se ubican en distintos parámetros de análisis: género, orientación sexual, edad, estado civil, zona en la que vive, instrucción académica, actividad e ingresos; las mismas que de acuerdo a un criterio de muestreo probabilístico de proporciones, arrojaron muestras de 1972 en el 2020, 1813 en el 2021 y 2511 en el 2022. Con márgenes de error del 2.25%, 2.35% y 1.96 respectivamente. Con un promedio del error en los tres años del 1.46%.

Instrumento

Se diseñó un cuestionario de 10 preguntas con opción múltiple de respuesta única, escala lineal y verificación. Considerando el acceso y aprovechando la eficiencia de las tecnologías de transferencia de contenidos e información, además del tiempo y el costo, se elaboró una encuesta online para una muestra probabilística en los años 2021 y 2022 con el uso de la herramienta Google Forms, no así en el 2020 que fue suministrada la encuesta en persona.

El instrumento fue validado por dos expertos, uno en comunicación organizacional y otro en investigación de mercados. Este segundo experto, sometió el cuestionario a un mismo grupo de 10 personas en dos ocasiones distintas y con el método test – retest, r de Pearson, se encontró que el instrumento arrojó un coeficiente de correlación de estimación de confiabilidad del 0,92.

Análisis estadístico

Para determinar el índice y/o porcentaje de identificación o percepción favorable, más importantes de este estudio se elaboró una tabulación simple.

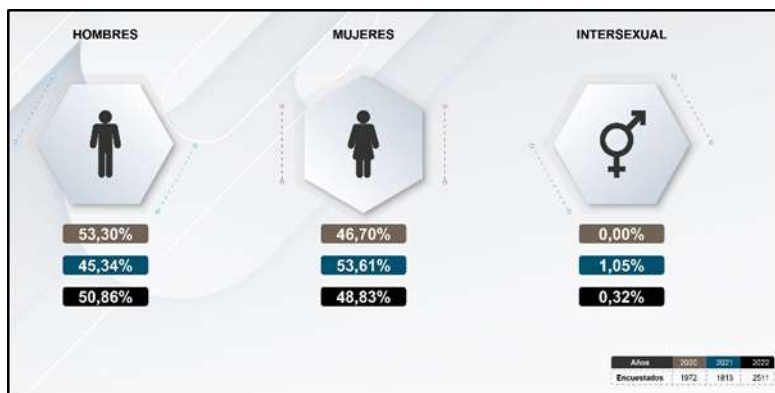
Resultados y Discusión

La intencionalidad de la investigación, es la de conocer el grado de identificación que los ciudadanos poseen respecto de la gestión de las instituciones gubernamentales en Ecuador. A continuación, se dará cuenta de los hallazgos más importantes de esta investigación.

Características de la población encuestada

Figura 46.

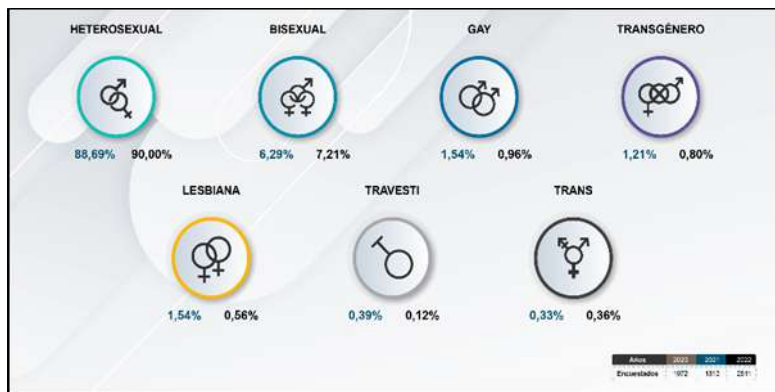
Composición de la muestra investigada.



La población investigada son hombres, mujeres e intersexuales. En los tres años, la población masculina de la muestra es en promedio el 50%; con relación a la participación de las mujeres y los intersexuales que figuran en promedio con el 50% y el 0.45 %, respectivamente.

Figura 47.

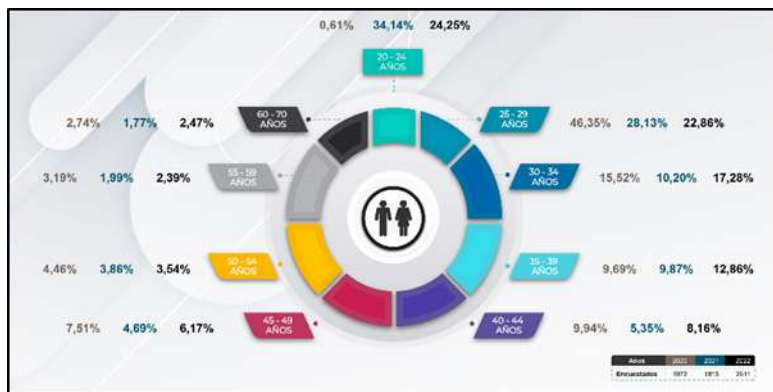
Orientación sexual.



Se puede observar también que, a los dos años de observación la orientación sexual que prevalece en la muestra analizada es la heterosexual con un promedio del 89%; y con un promedio del 7%, la bisexual.

Figura 48.

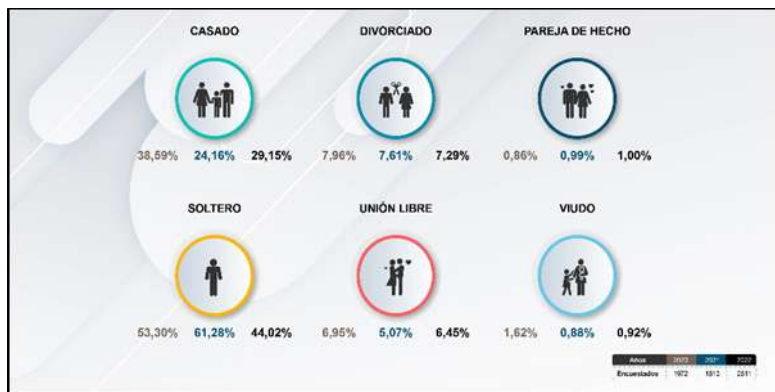
Edad.



La población investigada arroja que la edad que prevalece en los encuestados, es la del rango etario entre 25 y 29 años de edad, con un promedio en los tres años del 32%; y apenas con poca diferencia, el rango que le sigue es el de 20 a 24 años de edad con un promedio del 20%.

Figura 49.

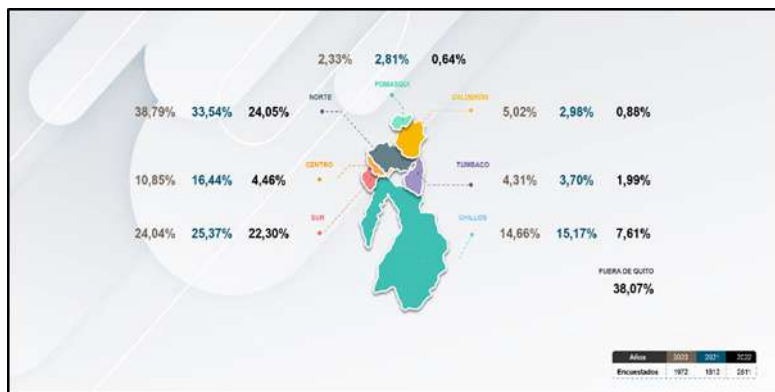
Estado civil.



La población soltera es la de mayor porcentualidad de participación con un promedio durante los tres años del 53%; y la casada con un promedio del 31%.

Figura 50.

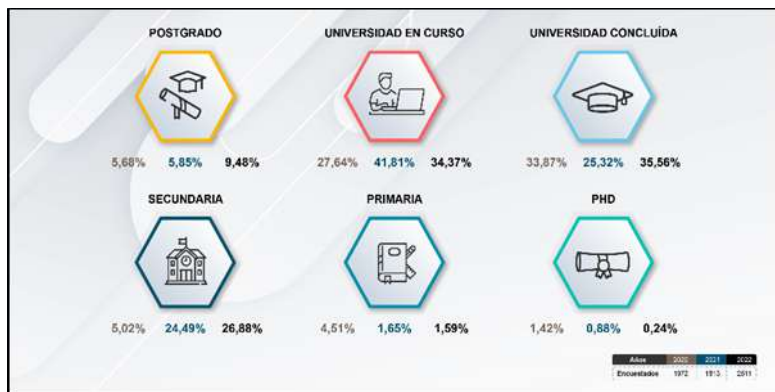
Zona de residencia.



La mayoría de los encuestados residen en el norte con un promedio de participación durante los tres años del 32%; y con una participación promedio del 24%, habitantes del sur de la ciudad.

Figura 51.

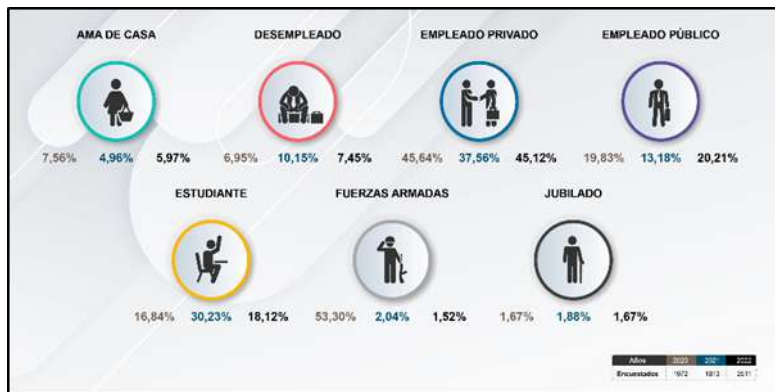
Nivel instruccional.



Con un promedio durante los tres años del 35%, la población encuestada mayoritaria, se encuentra cursando la universidad; mientras que, con un 32% de promedio, la población con segunda mayor participación ha concluido la universidad.

Figura 52.

Actividad.



Con relación a las actividades de los encuestados, el tipo de actividad que prevalece con un promedio del 43% durante los tres años, es la de empleado privado; en tanto que, con un promedio del 18% le sigue, quienes son parte del sector público

Figura 53.

Ingresos.



En cuanto a los ingresos se refiere, la población de mayor participación durante los tres años de investigación con un promedio del 30%, son los habitantes que perciben ingresos entre \$501 y \$1000 dólares mensuales; por otro lado, en cambio con un promedio del 31%, los encuestados que perciben entre \$400 y \$500, constan en segundo lugar.

Grado de identificación o percepción favorable con la gestión de las instituciones gubernamentales

Con relación al objetivo de la investigación: determinar el grado de identificación o percepción que la ciudadanía tiene de las instituciones gubernamentales en los últimos tres años 2020, 2021 y 2022, se destaca lo siguiente:

Figura 54.

Grado de identificación de la ciudadanía con la gestión de las instituciones gubernamentales.



Figura 55.

Grado de identificación de la ciudadanía con la gestión de las instituciones gubernamentales (cuerpos de seguridad del Estado).



El 27.84% de las personas encuestadas se identifican con el Consejo de Participación Ciudadana en el 2020, el 24.84% en el 2021 y el 27.20% en el 2022. En promedio, el índice de identificación o percepción favorable es del 27%.

Con relación a la Asamblea Nacional el 17.95% en el 2020, el 16.71% en el 2021 y el 13.70% en el 2022. En promedio, el índice de identificación o percepción favorable es del 16.12%.

En lo que se refiere a la Presidencia de la República, el 17.90% de la población encuestada se identificó con esta institución gubernamental en el 2020, mientras que durante el 2021 se registró un ascenso del 27,30%, y en el 2022, en cambio se registra un incremento casi de 10 puntos, es decir el 38.03. En promedio el índice de identificación o percepción favorable es del 28%.

Las instituciones gubernamentales con menor grado de identificación por parte de la ciudadanía son el Consejo Nacional Electoral, la Corte Nacional de Justicia y la Vicepresidencia del Ecuador. Con índices de identificación o percepción favorable en promedio de los años 2020,2021 y 2022; del 9%, 15% y el 7%, respectivamente.

Con relación a las instituciones gubernamentales que tienen que ver con el cuerpo de seguridad del estado, las FFAA, la Policía Nacional y los Bomberos son las entidades públicas con las que la ciudadanía más se identifica, durante los tres años de investigación con un promedio del 27%, 19% y el 20% respectivamente.

Nunca antes se ha levantado una investigación de tipo longitudinal en relación a este objeto de estudio, como es el grado de identificación o percepción favorable de los ciudadanos con respecto a la gestión de las instituciones gubernamentales. Y, es partir de este que, quienes ofician de asesores en dichas instituciones, sobre todo en el área de la comunicación, podrían diseñar propuestas comunicativas para modificar la identificación o percepción que en el global no supera el 40% en todos los tres años de análisis.

Es notorio que, la diversidad de la población encuestada, puede ser también un instrumento crucial, a la hora de diseñar propuestas de difusión, promoción o comunicación, en el que se propenda mejorar ostensiblemente el índice de identificación o percepción favorable en los ciudadanos.

De este estudio, se pueden desprender, otros tantos en los que, se diseñen tabulaciones cruzadas, de tal manera que se pueden establecer correlaciones entre variables categóricas nominales o entre estas con variables cuantitativas u ordinales. Esto sin duda enriquecerá más todavía los resultados esperados, según los objetivos de investigación planteados.

Es de recordar que en Ecuador abundan encuestadoras que miden aceptación, reconocimiento, prestigio y reputación de entidades y políticos, pero no en la identificación o percepción de los ciudadanos, una razón más para profundizar en este tipo de estudios.

Si bien es cierto, y de acuerdo a la teoría, las investigaciones pueden prescindir de hipótesis, no es menos cierto que este estudio que empieza siendo descriptivo, pueda convertirse en exploratorio, predictivo o explicativo.

Conclusiones

La investigación realizada refleja la realidad actual del grado de identificación y/o percepción favorable que los ciudadanos ecuatorianos poseen de la gestión de las entidades públicas; y en el global, los niveles de identificación y/o percepción favorable en este estudio longitudinal están por debajo del 40%.

Mientras existe una amplia y dilatada bibliografía de la especialidad sobre la manera de influir positivamente en la identificación y percepción en las personas, todo apunta a que las instituciones públicas van por carriles diferentes, y dejan al descubierto su descuido en cuanto a la gestión de este valor cualitativo e intangible, como es la identificación (Sevilla Arias, 2020). La situación se agrava cuando son las entidades las que se encierran, no poseen políticas ni cultura alguna en la gestión de su percepción, siendo los únicos recursos para influir sobre ella, la publicidad y la propaganda oficial. No se duda de lo imprescindibles que estas son en la gestión de la percepción; sin ellas no habría manera de incidir, pero se debe entender que, junto con ellas, debe haber estrategias que a través de actos comunicativos se influya positivamente en los ciudadanos (Ramos Farroñán et al., 2020).

Cuando se asevera que la identificación o percepción positiva en la gestión de una entidad es parte fundamental, se entiende que todas la tienen, es solo que, en mayor o menor grado, es relegada a su suerte, porque no se entiende que la sola incidencia de mensajes emocionales no es suficiente. A pesar de que el sentido común y las recomendaciones de expertos aconsejan iniciar por la consolidación de la cultura, los resultados arrojan que son la identidad y la imagen las que demandan la atención y preocupación lo que demuestra que las empresas no poseen un conocimiento amplio de su rol. No se puede aspirar a una percepción positiva si antes no se ha configurado la cultura, la identidad y la imagen de las instituciones gubernamentales (Montaño-Mina, 2019).

Al no poseer los mecanismos idóneos, las posibilidades de que la identificación se convierta en un atributo diferenciador son mínimas. Su diligencia demanda la presencia de profesionales expertos y su perfil encuadra precisamente con un profesional formado en dirección de la comunicación, cuyo

accionar se consolide sobre la base de una estrategia permanente en la que los medios, dependiendo de las circunstancias, estén programados, habiendo sido identificados con antelación.

Lo mismo que los medios, las tácticas en la gestión de la percepción, se derivan de una estrategia, estas no pueden ser determinadas a su libre albedrío, pues una acción comunicativa contiene el mensaje idóneo con el que debemos cumplir nuestros objetivos comunicacionales. El repentizar con las acciones comunicativas, traerá a las instituciones gubernamentales daños irreversibles en cuanto a su imagen. En esta encuesta se develó que la publicidad institucional o la propaganda no han sido suficiente para revertir los bajos índices de percepción que los públicos tienen hacia su gestión, pero como se sabe sus fines son más propagandísticos que no siempre responden a una realidad.

Además, vale precisar que, si bien la metodología permite alcanzar el objetivo del estudio, permitiendo una primera aproximación, algunas cuestiones de interés precisarían estudios complementarios, como por ejemplo la correlación que hay entre la percepción y la propaganda o publicidad oficial, y estas en relación a las variables nominales, cuantitativas y ordinales del presente análisis: edad, grado instruccional, zona de residencia, ingresos, género, etc.

Es así que este estudio podría ser el inicio para que, en futuras investigaciones, se viabilicen hacia el estudio de este fenómeno de identificación escasamente abordado.

En relación a la muestra y al instrumento con la ayuda de la aplicación Google Forms, es necesario mencionar que los resultados de este estudio se levantaron en plena pandemia, razón por la cual no se hizo una investigación de campo en el año 2021 y 2022. Sobre lo longitudinal del estudio, sería interesante ensayar un examen transversal en un año determinado en comparación a los años anteriores, toda vez que la identificación es relativa y está en relación directa con el esfuerzo comunicacional de las instituciones, así como de sus actos comunicativos.

Bibliografía

- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Madrid - España: Alianza Editorial.
- De Castro, M y Navas, J. (2006). La importancia de la reputación empresarial en la obtención de ventajas competitivas sostenibles. En Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa [en línea] 2006,

12 (septiembre - diciembre): [Fecha de consulta: 10 de junio de 2020].

García, N. (2008). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós: Estado y Sociedad.

Montaño, M. (2019). Indicadores para valorar la imagen pública externa del sector público en Esmeraldas. *Revista Científica Fipcaec*, Vol.4, N° 11, 3-14. doi: 10.23857/fipcaec.v4i11.42. Recuperado el 25 de julio de 2021, de <http://fipcaec.com/ojs/index.php/es>

Ramos Farroñán, Emma Verónica, & Valle Palomino, Nicolás. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: camino al cambio empresarial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 292-298. Epub 02 de febrero de 2020. Recuperado en 28 de enero de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100292&lng=es&tlng=es.

Sartori, G. (2002). *La sociedad multiétnica: pluralismo, multiculturalismo y extranjeros*. España: Taurus.

Sevilla, A. (17 de septiembre de 2015). Activo intangible. *Economipedia*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/activo-intangible>

Scheinsohn, D. (2009). *Comunicación estratégica*. Buenos Aires: Granica.

Vera, E. (2003). Paradigmas e identidades. En T. T. M, *Identidad, paradigmas y desarrollo* (págs. 49-74). Quito, Ecuador: TH Editores.

Universidad Transferencia de Conocimiento-Tecnología e Innovación

Anderson Argothy; Mishell Córdova

Introducción

La transferencia de tecnología se define en función del entorno que tienen las personas que lo investigan: Los economistas se enfocan en la tecnología como una de las bases del conocimiento genérico, focalizando temas de producción y diseño, para esto se utilizan conceptos fundamentales de Dosi (1982) y Pavitt (1984) entre algunos otros teóricos que analizan estas particularidades sobre tecnología.

Los sociólogos entienden la transferencia de tecnología cómo un mecanismo instrumental para reducir y solucionar problemas, crear una relación causa y efecto para lograr resultados a partir de tecnología e innovación. Los antropólogos, entienden a la tecnología desde la lógica del cambio cultural, la construcción de la sociedad y la evolución del ser humano es lo que provoca cambiar también la tecnología. La teoría de Lamarck explica que el contexto o el medio influye sobre los individuos para lograr la solución de determinados problemas y se adapte al conocimiento (Camós Cabeceran, 1997).

Desde la perspectiva de la gestión de empresas se focaliza en los estados de diseño, producción, ventas fundamentalmente, entendiendo esto como un mecanismo para el mejoramiento de ventas (Ávila & Peñaloza, 2008). Los investigadores del management se enfocan en la transferencia de tecnología.

La transferencia de tecnología es la acción y efecto de ceder el conocimiento e información a otros con derecho, dominio y atribución que serán utilizados de manera sistemática para el diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de productos o la prestación de servicios. Sin embargo, en la academia no está tan claro al momento de poner en marcha este concepto, por varias razones.

Cada una de las distintas disciplinas definen el proceso de transferencia de tecnología de una manera distinta y desde diferentes enfoques:

En primer lugar, las distintas percepciones respecto a la transferencia de tecnología dado que existen investigadores con contexto, formación, enfoques distintos y por supuesto algunos no están pensando en transferir información desde el punto de vista comercial. Mientras que, otros investigadores tienen la idea de transferir tecnología con fin de lucro como medio para su desarrollo.

En la práctica real, no resulta tan sencillo dado que la complejidad del proceso y la gran cantidad de variables, elementos y agentes que inciden en el mismo. Los propios resultados y su efectividad son diversos. El carácter tácito que acompaña al conocimiento y su dificultad de transferencia. Las diversas formas que adopta la tecnología y como se diferencia con la información.

La tecnología como elemento fundamental para la transferencia se complejiza; la teoría de innovación habla de dos mecanismos de conocimiento: el conocimiento tácito y el conocimiento codificado (Nonaka et al., 1995). Es más fácil transferir el conocimiento codificado que se encuentra en libros, patentes o documentos escritos o en páginas web, pero hay un elemento de conocimiento tácito que no es posible codificar y es más difícil transferir.

Se crea entonces la necesidad del cambio institucional y la agenda de investigación y Transferencia de Tecnología esto puede mostrar o permitirá a las universidades tener un panorama más amplio sobre transferir conocimientos y tecnología a la sociedad para resolver problemas reales, además de generar beneficios de imagen, económicos y presencia en la sociedad.

Recorrido Histórico

Hasta la década de los setenta, la mayor parte de las investigaciones han estado enfocadas a la transferencia de tecnología entre naciones.

Sin embargo, a inicios de dicha década de los ochenta, la agenda e investigación en Transferencia de Tecnología inició un cambio de enfoque hacia la transferencia doméstica es decir los actores locales pueden ser partícipes de las transferencias de tecnología, por ejemplo: las universidades transfieren tecnología a las empresas; los laboratorios públicos de investigación de los estados transfieren conocimiento a las empresas. Dicho cambio de tendencia, en el cual el Estado juega un determinante papel en el proceso de Transferencia de Tecnología no se limitó única y exclusivamente a Estados Unidos de América. Autores describen la historia de la política tecnológica de EE.UU., en términos de tres paradigmas en competencia: paradigma de la falla del mercado, paradigma de la misión y el paradigma de la cooperación tecnológica (Bozeman, 1994; Bozeman & Crow, 1990, 1991).

Se habla también de falla del mercado en un contexto de economía de mercado (capitalista) donde el mercado es el asignador más eficiente de los recursos y no es diferente en el ámbito tecnológico, es decir, por sí solo las empresas empezarán a aglutinar tecnología, el problema está en el mercado y su poca operación independiente cuando los agentes son demasiado grandes, esto implica que algunas empresas empiezan a acumular tecnología más

que otras y se ven replegadas, dando como resultado una monopolización de dominio tecnológico en el mercade, en ese caso el Estado juega un papel fundamental para el desarrollo conjunto de todas las empresas (Barbieri et al., 2018; Chen, 2005).

El paradigma de la misión dice que hay instituciones cuya acción primordial es la transferencia de tecnología, desarrollar conocimiento para permear a la sociedad con respuestas a problemas planteados. Por último, el paradigma de la cooperación tecnológica donde ciertamente es necesaria la cooperación tecnológica entre empresas, universidades y Estados de tal forma que todos se vean beneficiados y las capacidades se vean mejoradas (Robinson, 1989; Shamsavari, 2007).

Paradigma de la cooperación tecnológica:

Bajo el paradigma ayuda a la cooperación tecnológica entre sectores industria, gobierno, universidades y cooperación entre empresas rivales de tecnologías pre-competitivas y de infraestructuras tecnológicas, es posible generar cooperación para desarrollar nuevos elementos (Larsen & Wigand, 1987; Wigand & Frankwick, 1989).

En la década de los 1980 y principios de 1990, donde el paradigma de falla del mercado recibió los mayores retos, un conjunto de iniciativas legislativas, enmiendas y cambios institucionales lo que fomento la creación de los CRADAS (Cooperative Research and Development Agreements), acuerdos de cooperación universidad-industria, parques científicos e incubadoras tecnológicas. La cooperación en I+D entre Universidad-industria se ha intensificado en las últimas décadas, básicamente por varias razones:

- Como razón principal se sostiene que el incremento de la cooperación es debido a la ley Bayh-Dole Act; la cual permite a las universidades obtener derechos de patentes con el patrocinio del gobierno federal, un declive de los fondos estatales dedicados a la I+D y permite la creación de centros de ciencia y tecnología y de investigación en ingenierías universidad-empresa (Cohen & Levinthal, 1989).
- Los % del gasto de I+D de las universidades financiado por el estado y el financiado por la industria.
- La cantidad de artículos científicos publicados por científicos de la industria con ayuda de la universidad.
- Quizás el indicador más relevante es la cantidad de patentes y licencias obtenidas por las universidades.

La lógica de este enfoque depende de la idoneidad de las universidades y laboratorios públicos (centros de I+D) para la tarea.

La Universidad y la empresa

La importancia de la transferencia de tecnología se aprecia también en la mayor inversión en intangibles que realizan las universidades, con bases de datos, docentes capacitados, laboratorios, va de la mano con las empresas quienes financian investigaciones y comercializan innovación optimizando esfuerzos y encontrando beneficios. Por otro lado, el desarrollo tecnológico es acelerado en la actualidad dando como resultado la colaboración y transferencia de tecnología por medio de mecanismos en los cuales un laboratorio de investigación investigue y empresas tengan la posibilidad de asociarse para encontrar beneficios bilaterales.

La economía actual no se trata de cual fábrica es la más grande, más bien quien tiene el conocimiento más innovador. Entrar en una innovación abierta hace que las empresas sean más redituables a base de obtener los mejores productos.

Los beneficios son; la eficiencia en el uso de los recursos desde el punto de vista universitario, es quien sabe cómo generar conocimiento, hecho que la empresa generalmente desconoce pues su finalidad es la producción y comercialización de productos, ahí hay una posibilidad de ganar de manera bilateral y minimizar riesgos, dado que se dividen responsabilidades entre cada actor, el tiempo de desarrollo se vuelve más eficiente a comparación de esfuerzos individuales ya que cada actor está especializado en su área Universidad (conocimientos previos) e industria (aplicación comercial del conocimiento). Además, la flexibilidad ante los cambios tecnológicos es más cotidiana para la academia, que se encuentran en constante renovación de conocimientos y transformación de saberes.

Algunos riesgos:

Sin dejar de lado a los riesgos que la transferencia de tecnología puede provocar:

- Reducción de las barreras de entrada, puesto que las empresas corren riegos al contar con licencias no exclusivas, situación que limita a las empresas a tener nuevos productos y puede quitarle competitividad con respecto al mercado innovador.
- Otro riesgo frecuente es la gestión compleja de la propiedad intelectual (PI) es compleja porque los procesos son largos y tediosos que

tienden a limitar el desarrollo de patentes en el país puesto que los procesos no son visibles para los investigadores.

- La cotitularidad de resultados puede ser el camino, pero se ve limitado puesto que nadie en si es dueño del conocimiento y se puede ver limitado por ambas partes dando así una pérdida del control tanto a investigadores como empresas puesto que el clima de creación se ve politizado y evita la autonomía de pensamientos con respecto a crear nuevas cosas.

Los mecanismos de transferencia de conocimiento

Adquisición de conocimiento y tecnología

El mecanismo más fácil es *Licenciar*, crear un producto se registra y crea una licencia de explotación, después se concede la licencia a quien lo necesite (empresas o ciudadanos) por un determinado tiempo. A su vez crear un capital de riesgo corporativo donde la empresa decide invertir sobre los resultados de la universidad para obtener resultados.

Otra forma son las fusiones y adquisiciones una empresa compra empresas más pequeñas solo por su nivel tecnológico y a su vez llegan a fusionarse con otras empresas.

Colaboración

Las alianzas estratégicas son la interconexión entre empresas, universidades, laboratorios de investigación y Estado para tener un beneficio conjunto, permite la creación de proyectos colaborativos, donde los actores ponen recursos para dar principio a innovar, iniciativas de innovación abierta, abrir las fronteras colaborativas en el sector en fomento de la I+D, considerando las limitadas opciones que tienen para innovar de manera aislada.

Explotación y comercialización de resultados

Utilizar licencia es parte esencial de distribuir conocimiento y tecnología que a su vez puede ser vendida al mercado, también la creación de Spin-off, empresas que nacen en base a la tecnología, desarrolladas en principio por las universidades que dan apoyo económico a investigadores y llegar a cierta autonomía y no necesitar más apoyo económico y sea autosuficiente con pequeñas ganancias para la universidad.

¿Venta vs licencia?

Venta/Cesión

Hay un cambio de titularidad de la propiedad intelectual es deslindarse en su totalidad del proyecto y el nuevo dueño es el que realiza la comercialización y distribución, la creadora de conocimiento/tecnología valora su desarrollo (económicamente) y las empresas pagan en su mayoría con pagos elevados y en poco tiempo.

Transferencia de Tecnología a través de las licencias

¿Qué es una licencia?

Es un contrato bajo el cual un titular de un elemento protegido por propiedad industrial o intelectual (licenciante) concede su permiso de uso a otra persona (licenciataria), a cambio generalmente de una contraprestación económica.

Licencia

El licenciante mantiene la titularidad y permite explotar a empresas o personas de la propiedad intelectual por un determinado tiempo, generalmente se realiza mediante pagos de royalties es decir se paga mensualmente o anualmente hacia el creador de conocimiento y llegando a mutuos acuerdos con pagos sensatos tanto para el licenciante como el licenciataria.

Los beneficios para el licenciante son no invertir en producción, marketing y comercialización pues su especialidad fundamental es la creación de conocimiento y reinención de tecnología especializándose de manera más efectiva en el campo de innovación, también se contempla nuevas oportunidades de alcanzar mercados nuevos de manera más eficiente sin perder la propiedad intelectual.

Los beneficios para el licenciataria no invertir en I+D puesto que es un panorama poco experimentado y muy posiblemente el desarrollo sea complicado para su adaptación, el mercado puede tener productos más rápidos e innovadores generando evoluciones permanentes en el mercado, el testeo de mercado permite nuevas oportunidades para las empresas con nuevos conocimientos

Los riesgos para el licenciante hay posibilidad que el licenciataria sea un potencial competidor pues tiene los mismos niveles de conocimiento y conoce las herramientas para llegar al conocimiento/tecnología que se utiliza, existe un riesgo al controlar las regalías pues algunas empresas no muestran de

manera real las ganancias que se dieron a partir de la propiedad intelectual brindada.

Los riesgos para el licenciatario son la dependencia tecnológica pues no conoce del todo su funcionalidad y la óptima utilización de la propiedad intelectual, otro punto es el pago de royalties en momentos de crisis del mercado o no tuvo la respuesta adecuada a estas nuevas implementaciones que no están funcionando.

¿Qué es una spin-off?

Son entidades legales independientes creadas por una organización matriz para llevar sus activos de propiedad intelectual al mercado. Es una solución eficiente para la organización matriz, quien no sería completamente capaz de comercializar sus propios activos, como las universidades o los centros de investigación.

Proceso de transferencia de tecnología

Abordar los procesos de transferencia tecnológica de manera sistemática, planificada y controlada

Fase I: Identificación de activos y definición de estrategia.

- Identificar activos intangibles, evaluar nivel de protección, evaluar utilidad y calidad de los activos para el negocio. Definir estrategia de explotación.
- Análisis tecnológico: Key Players, posibles licenciatarios o colaboradores, libertad de operación, nivel de madurez de la tecnología.

Fase II: Estudios de royalties, valoración y documentos preliminares.

- Elaboración de estudios de royalties/valoraciones como herramienta de negociación.
- Elaboración de oferta tecnológica, acuerdo de confidencialidad.
- Contacto con posibles licenciatarios.

Fase III: Negociación y formalización del acuerdo.

- Preparación de la negociación.
- Elaboración del acuerdo de licencia.
- Formalización y seguimiento del contrato.

A manera de conclusión

En definitiva, la transferencia de tecnología es un proceso beneficioso para los actores involucrados, permite a la Universidad la posibilidad de aplicación del conocimiento desarrollado en las aulas o laboratorios, además de una retribución económica.

Por su parte las empresas se benefician de conocimiento fresco, que pueden incrementar su catálogo de productos o mejorar los procesos internos, provocando de esta manera un aumento de competitividad e irrupción en nuevos mercados.

La innovación no es un proceso aislado y requiere de varios actores involucrados, las empresas necesitan de la universidad, tanto como las universidades requieren a la empresa, todo esto dentro de un marco de acción de mutuo beneficio implementado por el Estado.

Bibliografía

- Ávila, S. C., & Peñaloza, M. (2008). Transferencia Tecnológica en PyMES. *Perspectiva Tecnológica*, 1–8.
- Barbieri, E., Rubini, L., Pollio, C., & Micozzi, A. (2018). What are the trade-offs of academic entrepreneurship? An investigation on the Italian case. *Journal of Technology Transfer*, 43(1), 198–221. <https://doi.org/10.1007/S10961-016-9482-7>
- Bozeman, B. (1994). Evaluating Government Technology Transfer: Early Impacts of the “Cooperative Technology Paradigm.” *Policy Studies Journal*, 22(2), 322–337. <https://doi.org/10.1111/J.1541-0072.1994.TB01471.X>
- Bozeman, B., & Crow, M. (1990). The environments of U.S. R&D laboratories: political and market influences. *Policy Sciences*, 23(1), 25–56. <https://doi.org/10.1007/BF00136991>
- Bozeman, B., & Crow, M. M. (1991). Red tape and technology transfer in US government laboratories. *The Journal of Technology Transfer*, 16(2), 29–37. <https://doi.org/10.1007/BF02371354>
- Camós Cabeceran, A. (1997). La difusión de la teoría evolucionista de Lamarck en la revista La Abeja (1862-1870) de Barcelona. *Asclepio*, 49(2), 67–84. <https://doi.org/10.3989/asclepio.1997.v49.i2.366>

- Chen, S. F. S. (2005). Extending internalization theory: A new perspective on international technology transfer and its generalization. *Journal of International Business Studies*, 36(2), 231–245. <https://doi.org/10.1057/PALGRAVE.JIBS.8400124>
- Cohen, W., & Levinthal, D. (1989). Innovation and learning: the two faces of R&D. *The Economic Journal*, 99(397), 569–596.
- Dosi, G. (1982). Technological paradigms and technological trajectories. *Research Policy*, 11(3), 147–162. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(82\)90016-6](https://doi.org/10.1016/0048-7333(82)90016-6)
- Larsen, J. K., & Wigand, R. T. (1987). INDUSTRY UNIVERSITY TECHNOLOGY TRANSFER IN MICROELECTRONICS. *Review of Policy Research*, 6(3), 584–595. <https://doi.org/10.1111/J.1541-1338.1987.TB00770.X>
- Nonaka, I., Nonaka, I., Ikujiro, N., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Pavitt, K. (1984). Sectoral patterns of technical change: Towards a taxonomy and a theory. *Research Policy*, 13(6), 343–373. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(84\)90018-0](https://doi.org/10.1016/0048-7333(84)90018-0)
- Robinson, R. D. (1989). Toward Creating an International Technology Transfer Paradigm. *International Trade Journal*, 4(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/08853908908523681>
- Shamsavari, A. (2007). *The technology transfer paradigm: A critique*.
- Wigand, R., & Frankwick, G. L. (1989). Inter-organizational communication and technology transfer: Industry–government–university linkages. *International Journal of Technology*, 1(4), 63–76.

Las TIC, determinantes en la mejora de la cultura tributaria del cantón Jipijapa

William Patricio Proaño Ponce; Robinson Jesús Cedeño Laz

Resumen

La lucha contra la evasión tributaria constituye hoy en día un tema central en las agendas políticas de países latinoamericanos. Es necesario desarrollar una cultura tributaria, que permita a los ciudadanos concebir estas obligaciones como un deber sustantivo. De lo antes mencionado se debe precisar que las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se constituyen en una herramienta determinante que contribuye a una sostenibilidad fiscal y tributaria como se requiere en la actualidad. El propósito de esta investigación es mejorar el cumplimiento voluntario por parte de todos los ciudadanos y de sus obligaciones tributarias. En la actualidad, la eficiencia de las administraciones tributarias está fuertemente asociada al uso adecuado de la TIC y la calidad de los servicios de TIC. No es posible lograr la eficiencia y la eficacia totales de una administración tributaria sin gestión de TIC. La presente investigación a través de los datos proporcionados y mostrados tiene como objetivo principal mostrar a la población el uso eficaz de las herramientas TIC en la administración de sus tributos, además se determinará cómo las herramientas y su correcta implementación permiten que esto sea posible y fácil en perspectiva hacia una cultura tributaria moderna. La investigación es cuantitativa, con un tipo y diseño de investigación descriptiva y multivariada. De los resultados se espera capacitar y fomentar la cultura tributaria y la aplicación de las herramientas TIC con un trabajo conjunto entre la academia y la sociedad.

Palabras claves: Cultura Tributaria, Sostenibilidad, Eficiencia, TIC.

Abstract

The fight against tax evasion is now a central issue on the political agendas of Latin American countries. A tax culture needs to be developed, enabling citizens to see these obligations as a substantive duty. From the above, it should be pointed out that information and communication technologies (ICTs) are a decisive tool contributing to fiscal and fiscal sustainability, as is currently required. The purpose of this research is to improve voluntary compliance by all citizens with their tax obligations. At present, the efficiency of tax administrations is strongly associated with the proper use of ICT and the quality of ICT services. The full efficiency and effectiveness of a tax administration without ICT management cannot be achieved. The main objective of this research, through the data provided and shown, is to show the population the effective

use of ICT tools in the administration of their taxes, and to determine how the tools and their correct implementation allow this to be possible and easy in the perspective of a modern tax culture. The research is quantitative, with a type and design of descriptive and multivariate research. The results are expected to train and promote the tax culture and the application of ICT tools through joint work between academia and society.

Keywords: Tax Culture, Sustainability, Efficiency, ICT.

Introducción

La tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) es uno de los pilares de las actividades de las administraciones tributarias. Ya sea para operaciones internas o externas, la TIC debe ser gestionada. En la actualidad, la eficiencia de las administraciones tributarias está fuertemente asociada al uso adecuado de la TIC y la calidad de los servicios de TIC. No es posible lograr la eficiencia y la eficacia totales de una administración tributaria sin gestión de TIC.

Tanto es así que, en los últimos años las TIC han generado un impacto de manera positiva y determinante en la sociedad, con respecto a la cultura tributaria hacia una sostenibilidad fiscal. Las TIC son importantes porque permiten que el contribuyente pueda llevar a cabo el acto tributario de manera ordenada y detallada, por los que los procesos se muestran con total eficiencia y eficacia para una buena actividad tributaria.

El cantón Jipijapa posee un sinnúmero de pequeños comerciantes y emprendedores los cuales presentan diferentes falencias en la actividad tributaria, por ello la presente investigación tiene como objetivo determinar el uso de las TIC como una herramienta determinante para la mejora de la cultura tributaria, lo cual ayudara a que se desarrolle una mejora significativa en las actividades tributarias.

La investigación es cuantitativa, con un tipo y diseño de investigación descriptiva y multivariada. La población seleccionada para el estudio son actores de los escenarios de injerencia de la UNESUM del cantón Jipijapa. De los resultados se espera capacitar y fomentar la cultura tributaria con un trabajo conjunto entre la academia y la sociedad.

Desarrollo

El término cultura proviene del vocablo latín “cultus”, el cual se relaciona con el cultivo del espíritu humano y las facultades intelectuales del mismo ante esto se establece a la cultura como un tejido social, que conlleva una variedad de expresiones dentro de un círculo social determinado, el cual está conformado por la característica básica como la costumbre, normas de comportamiento, la manera de ser de cada persona y el nivel de educación (Cruz Machaca, 2019). Hace referencia también a la cultura de un país, región, ciudad, pueblo, sociedad; la costumbre o hábitos de las personas por muchos años generan una cultura en su comportamiento como costumbre de saludar, jugar a la pelota, la costumbre de madrugar, la costumbre de pagar los servicios básicos, los impuestos, así mismo la costumbre de evadir los impuestos.

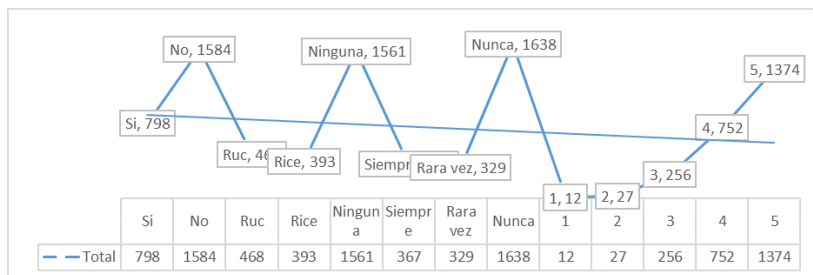
Según la Ley Orgánica de Educación Superior el término cultura está ligado con los conceptos de grupo social étnico, cultura nacional, acervo cultural, intercultural, pluricultural, cultura física, entre otros. Tan solo en el artículo 124 la ley establece que la universidad debe proporcionar a los egresados, entre otras cosas, el conocimiento de “La realidad socioeconómica, cultural y ecológica del país...” (Presidencia de la Republica, 2010).

Teniendo presente que la Constitución se refiere a la persona como titular de derechos y obligaciones, podemos definir la cultura tributaria como el conjunto de costumbres y hábitos individuales y colectivos que permiten el cumplimiento de los deberes y la defensa de los derechos relacionados con los tributos pagados al estado. En este sentido no sólo el ciudadano está llamado a tener conciencia de sus obligaciones como contribuyente, sino también el estado, cumpliendo con las obras y servicios financiados con el dinero recaudado (Quintanilla Gavilánez, 2012).

La cultura tributaria en el cantón Jipijapa muestra un déficit de importancia por parte de los ciudadanos, comerciantes y demás. En el siguiente gráfico se muestran los resultados acerca de la cultura tributaria en los diferentes sectores del cantón Jipijapa.

Figura 56.

Cultura tributaria.



Tal como se lo menciona antes y se muestra en el gráfico en el cantón Jipijapa existe un porcentaje muy alto en relación al poco conocimiento acerca de las actividades tributarias y sus conceptos, así como también sus beneficios para la ciudadanía.

En base a esto, se busca a través de las TIC y sus herramientas mejorar de manera eficiente y eficaz la cultura tributaria. En este contexto es preciso mencionar la importancia de la tecnología que se ha convertido en un eje fundamental en las administraciones tributarias. Así que vale destacar que la tecnología no es un objetivo como tal sino un medio para lograr la eficiencia en las actividades tributarias.

Las actividades tributarias dependen del procesamiento de la información (recolección y procesamiento de declaraciones de impuestos, inspecciones, etc.) no se trata solamente de conseguir los mejores recursos y servicios, sino de encontrar las soluciones más adecuadas. (CIAT, 2020)

De lo antes mencionado podemos entender que en la actualidad las TIC y sus herramientas son fundamentales en las actividades tributarias, y esto también ayuda a que la población se incentive a ejercer responsabilidades en sus tributos y así también conocer más acerca de los mismo. Por esta razón se ve importante el uso de las TIC como determinante en la mejora de la cultura tributaria.

Dada la importancia que tienen las TIC en las actividades tributarias para la efectividad, eficiencia y seguridad, según la CIAT (2020), se recomienda que se las gestione dentro de un marco de reconocimiento internacional, especialmente en el ámbito de la compartimentalización, clasificación y estructura de datos para lograr patrones fácilmente reconocibles y guiar en la conducta humana.

Según lo expuesto en el capítulo anterior, es evidente que en la actualidad las nuevas tecnologías sean el eje de activación, mejora e incluso motivación, en este caso, a través de las herramientas TIC y una buena gestión se busca concientizar a la ciudadanía en su comportamiento humano acerca de la importancia de declarar de manera responsablemente sus tributos y ejercer eficazmente sus actividades tributarias.

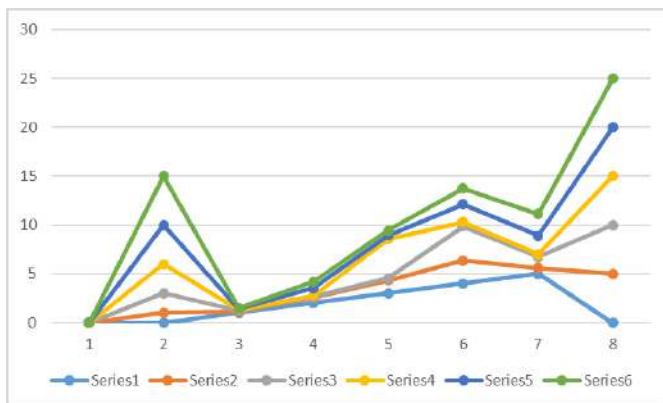
La agilidad que representa los sistemas automatizados para la cultura tributaria, como cambio devenido de la transformación digital, facilita la consecución del conjunto de obligaciones que poseen los ciudadanos frente a la administración tributaria, que facilita los trabajos de fiscalización y verificación de los hechos imposables, generándose un ambiente de cooperación y equidad entre estos. La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente con la transformación digital que se vislumbra como proceso de cambio, siempre que se definan y se cumplan los objetivos con la recaudación fiscal (W. P. P. Ponce & Cañarte, 2021).

De lo antes mencionado cabe destacar que a través de las herramientas TIC y su uso adecuado con las actividades tributarias se puede lograr una mejora en la cultura tributaria de los ciudadanos del cantón Jipijapa y del país, destacando que en varios países ya se encuentran resultados positivos de la integración de las herramientas TIC en sus procesos administrativos, los cuales mejoran significativamente el sistema interno y externo con enfoque hacia una mejor sostenibilidad.

A través de datos recogidos por una encuesta realizada a la ciudadanía del cantón Jipijapa acerca de las TIC y su importancia en sus negocios, uso de herramientas TIC, medios digitales que usa ya sea para promocionar, vender o brindar mejor atención al cliente, se obtuvieron resultados poco favorables en relación a la utilización de las nuevas tecnologías por parte de los ciudadanos (comerciantes) lo cual nos apura hacia la iniciación de tomar estrategias mediante este proyecto de investigación para se incentive al uso de las TIC en los negocios de los ciudadanos ya que así se obtendrá mayor eficacia en relación a sus ventas, organización y control. Además de que el uso correcto y adecuado de estas herramientas permita a ellos conocer y realizar sus actividades tributarias con mayor eficiencia y mayor grado de responsabilidad.

Figura 57.

Influencia de las TIC.



Materiales y Métodos

La investigación se centró en un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativa, en virtud de que ambas fueron necesarias para el levantamiento de información y, además, facilitó el análisis de los resultados.

El tipo de investigación fue de tipo descriptiva ya que permite explicar las principales herramientas TIC y su mejora en la cultura tributaria, también se hizo uso de la indagación bibliográfica, debido a que se utilizó textos, artículos, documentos relacionados con las variables objeto de estudio. Del mismo modo, se procedió hacer un acercamiento directo con los ciudadanos del cantón Jipijapa, lo cual hace que la investigación sea de campo, dado a que existe una interacción entre los comerciantes micro y emprendedores.

Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fue la encuesta aplicada a 350 ciudadanos del cantón Jipijapa, para la determinación de la población se optó por un muestreo no probabilísticos, el cual hace referencia a la utilización de una muestra de juicio subjetiva que una al azar. El total de la población es de 350.

En este contexto, es necesario manifestar que los resultados arrojados en el desarrollo de la investigación ayudaran a determinar la mejora de la cultura tributaria a través de las TIC y el uso de sus herramientas.

Resultados y Discusión

De la información obtenida mediante la encuesta realizada a 350 ciudadanos del cantón Jipijapa se puede obtener que en un porcentaje menor al 20% no cuentan con interés alguno por parte de las TIC, también se pudo constatar que muy pocos comerciantes es decir un 80% de la población en relación a 4 variables estudiadas no hace uso de algún instrumento electrónico para sus actividades comerciales, no usa medios digitales para promocionar su negocio, incentivar ventas, mucho menos hacen utilización de las herramientas TIC para la administración de sus tributos.

En ese contexto, estas encuestas realizadas a los habitantes del cantón Jipijapa nos deja en una situación negativa acerca del uso de las herramientas TIC y nos incentiva a llevar a cabo las estrategias para que los ciudadanos (comerciantes y demás) hagan uso de medios digitales para la mejora de sus actividades tanto comerciales como de tributos, logrando así una mejora en la cultura tributaria del cantón.

Conclusiones

La cultura tributaria que muestran los habitantes del cantón Jipijapa nos deja mucho que desear, de manera que es importante que se active a través de las TIC herramientas determinantes que logren mejorar el comportamiento humano en relación a sus responsabilidades tributarias y también esto ayudara al crecimiento de sus negocios en lo relacionado a ventas y mejoras en la atención a sus clientes.

De tal manera que se ve la importancia de incluir en forma de “costumbre” el uso de las herramientas TIC ya que estas con una correcta y adecuada gestión, uso o manejo permitirán que los ciudadanos puedan organizar, controlar, y ejecutar con mayor eficiencia sus actividades tributarias.

Bibliografía

- CIAT. (2020). *Las TIC como Herramienta Estratégica para Potenciar la Eficiencia de las Administraciones Tributarias*. <https://www.ciat.org/las-tic-como-herramienta-estrategica-para-potenciar-la-eficiencia-de-las-administraciones-tributarias/>
- Cruz Machaca, G. P. (2019). *Cultura tributaria y su relación en la evasión tributaria de los comerciantes minoristas de ropa del mercado*

San José, Base I–Juliaca, 2019 [UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN].
http://200.121.226.32:8080/bitstream/handle/20.500.12840/3287/Gina_Tesis_Licenciatura_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Ponce, W. P. P., & Cañarte, M. K. M. (2021). Cultura tributaria y la transformación digital en el cantón Jipijapa. *Serie Científica de La Universidad de Las Ciencias Informáticas*, 14(12), 105–130.

Presidencia de la Republica. (2010). *Ley Organica de Educacion Superior*. Ley. <https://www.ces.gob.ec/documentos/Normativa/LOES.pdf>

Quintanilla Gaviláñez, J. (2012). La universidad en la cultura tributaria. The university at tax culture. *Retos*, 2(3), 106–114. <https://doi.org/10.17163/ret.n3.2012.06>

Educación vial y estrategias didácticas aplicadas

Catagua Lucas Lady Tatiana

Resumen

Actualmente el siniestro de accidentes de tránsito se encuentra en aumento a nivel mundial, esto debido a muchos factores, pero uno de los más fuertes se da por el desconocimiento de las normas relacionadas al comportamiento correcto de los conductores y peatones en la vía pública y privada todo esto lo aprendemos en la educación vial. Por tanto, la educación vial se enfoca en el respeto a las señales de tránsito, así como también el estricto cumplimiento de normas y leyes que regulan a cada vía, cabe recalcar que es meramente importante que el conocimiento y aplicación de la misma no solo les corresponda a conductores sino también a peatones para que exista responsabilidad compartida y conciencia social que a su vez se convierte en responsabilidad colaborativa. Pero para generar este cambio se debe impartir conocimientos y motivar al estudiante desde la escuela para poder crear cultura de responsabilidad en un adulto como conductor o peatón. Para motivar a seguir aprendiendo se debe buscar una estrategia didáctica que genere mayor impacto de aprendizaje, donde las clases no solo sean teóricas sino prácticas en la actualidad se puede hacer uso del internet para complementar el aprendizaje y aplicar herramientas que generen necesidad de aprendizaje y mantenga las ganas de poner en práctica los conocimientos.

Palabras clave: Educación Vial, Responsabilidad, Estrategia Didáctica, Internet.

Abstract

Currently, the loss of traffic accidents is increasing worldwide, this due to many factors, but one of the strongest is due to the lack of knowledge of the rules related to the correct behavior of drivers and pedestrians on public and private roads. We learn all this in driver's education. Therefore, driver education focuses on respect for traffic signals, as well as strict compliance with the rules and laws that regulate each road, it should be noted that it is merely important that the knowledge and application of it not only corresponds to drivers but also to pedestrians so that there is shared responsibility and social awareness that in turn becomes collaborative responsibility. But to generate this change, knowledge must be imparted and the student motivated from school in order to create a culture of responsibility in an adult as a driver or pedestrian. In order to motivate to continue learning, a didactic strategy must be sought that generates a greater learning impact, where the classes are not only theoretical

but also practical. At present, the Internet can be used to complement learning and apply tools that generate the need for learning and maintain the desire to put knowledge into practice.

Keywords: Driver Education, Responsibility, Didactic Strategy, Internet.

Introducción

La presente investigación “Educación vial y estrategias didácticas aplicadas” tiene como finalidad fortalecer y mejorar los conocimientos en cada conductor o peatón y a su vez esto genera una reducción de siniestros o accidentes de tránsito, puesto que la educación vial es una herramienta de vital importancia que tiene como objetivo no solo concientizar sino generar acciones al buen uso de las vías.

Desarrollo

Educación vial

El término educación vial proviene de impartir conocimientos y adquirir las habilidades necesarias para el uso seguro, responsable y sostenible del transporte motorizado como una tarea cotidiana íntimamente relacionada con la seguridad vial, y constituye una rama de la sociopedagogía (Silva Castillo, 2021, p. 37).

Navarro Díaz (2018), define la educación vial como el mecanismo a través del cual las sociedades generan recursos para el aprendizaje y fortalecimiento del sistema de tránsito. De igual forma, puntualiza las líneas de acción de los actores involucrados, quienes en conjunto han de asumir la responsabilidad de la seguridad en las vías de tránsito. La educación vial suministra equipos que alimentan el sistema de tránsito terrestre y sostiene a los usuarios con el conocimiento común de lo que se espera de cada uno, ante cualquier hecho (p.13).

Por otra parte Paredes Herrera (2017), indica que a largo de los tiempos, la educación y formación vial han formado parte de la sociedad, siendo el punto de partida de varias conductas en el tráfico y la movilidad. Además, refiere que la importancia de la educación vial reincide sobre el factor humano, pues uno y otro son complementarios. En base a esta deducción, la educación vial se encuentra determinada por la adquisición de conocimientos, hábitos y

actitudes, en correspondencia con las reglas, normas y señales que regulan el tráfico de vehículos e individuos que circulan por la vía pública.

De acuerdo a lo citado anteriormente se puede argumentar que la Educación vial tiene como propósito fundamental desarrollar en los ciudadanos y conductores hábitos e intereses necesarios para que procedan de forma sensata, y así puedan respetar las leyes de tránsito para apoyar a prevenir accidentes.

Estrategias didácticas aplicadas en educación vial

Unas de las primordiales particularidades de las estrategias didácticas es que estas demandan de una planificación y organización previa. Para que estas estrategias puedan ser eficaces y utilizadas dentro del aula, el educador deberá tener en cuenta los siguientes aspectos.

- Poseer los conocimientos precisos para la difusión de la información.
- Instituir los objetivos específicos a obtener dentro de una materia, disciplina o aprendizaje concreto.
- Resaltar los aspectos más significativos de la información que se quiere transmitir.
- Proporcionar y preparar todos aquellos materiales que sean necesarios para la enseñanza.
- Fomentar la autonomía del alumno a la hora de generar estrategias propias de aprendizaje.
- Destacar los aspectos importantes de la información que se quiere impartir.
- Promover la asociación de los conocimientos teóricos con los aspectos prácticos de estos.
- Realizar evaluaciones periódicas para constatar el progreso de los alumnos.

Asimismo, hay que considerar que estas estrategias didácticas inician de un enfoque constructivo de enseñanza y aprendizaje significativo. Lo que significa que, además de desarrollar la construcción del aprendizaje, las metodologías y estrategias utilizadas deberán ir modificándose en relación al progreso de los alumnos (Rovira Salvador, 2018).

La educación vial y el sitio web con animaciones en 3D

Hoy en día, el amaestramiento en la educación vial se facilita por medios digitales, a diferencia de los medios y métodos de educación más tradicionales. El entorno en línea mejora la comunicación entre educadores y estudiantes y proporciona una nueva dimensión al comportamiento docente. El objetivo principal del ciberespacio analizado es expandir la relación humana abierta y a gran escala con el contenido cultural y su aplicación en todas las partes, con la educación jugando un papel importante como vehículo para la reconstrucción social.

Los sitios web con animación 3D aprobados como estrategias de aprendizaje en educación vial aportan un vínculo de conocimientos, normas y reglas de actuación para los estudiantes a la hora de circular en la vía, en su lugar de peatones o como futuros conductores de vehículos motorizados. La web asiste a la educación como base de acción ciudadana, busca establecer prácticas y actitudes efectivas de convivencia y calidad de vida, tributa a la educación medioambiental y a la seguridad vial, de acuerdo con el principio educativo del Buen Vivir ecuatoriano.

Además, los sitios web con animaciones 3D ofrecen una solución a la necesidad social de mejoramiento de la educación vial misma que cuenta con elementos estructurales de diseño, mediante paseos virtuales, pestañas y menús sobre:

- Elementos que favorecen a la contaminación ambiental de los conductores y de los peatones.
- Simulación de un entorno de galería acerca de las señalizaciones de tránsito y sus diferentes tipos.
- Legislaciones y normativas del tránsito.
- Seguridad vial.
- Juegos didácticos sobre tránsito.

Beneficios

El uso de las estrategias didácticas en la educación vial, posee numerosos favores a la hora de lograr un aprendizaje mucho más eficaz. En una primera instancia, estas técnicas favorecen una mayor implicación, tanto del profesor como del estudiante, en los procesos de enseñanza-aprendizaje, creando además dinámicas de interacción en las que el educador y el grupo de alumnos trabajan incorporados en la construcción del aprendizaje.

Además, el desarrollo de la autonomía del estudiante favorece la creación de estrategias de aprendizaje propias, misma que podrá aplicar también a otras áreas similares, generando en él sentimientos de autosuficiencia y utilidad. Definitivamente, si se ejecuta un correcto progreso de las estrategias didácticas, el educador logrará optimizar la adquisición de los conocimientos, ayudando al aprendizaje de los alumnos de aquellas destrezas o capacidades que se hayan preestablecido como importantes.

Importancia de la Educación vial

La educación vial es importante porque permite crear una cultura donde lo primordial es respetar las señales de tránsito, así como también crear un ambiente de paz y armonía que beneficie a la sociedad en general. Especialmente en las ciudades donde se observa una mayor población que es un indicador de que hay abundantes vehículos.

Elementos de la educación vial

Elementos generales

- Señalización: conjunto de señales enfocadas a regular el tránsito humano y motorizado en espacios públicos.
- Personal de apoyo de tránsito: pueden ser voluntarios o contratados por una instancia gubernamental o institucional.
- Infraestructura vial: conjunto de los bienes inmuebles de estado concebidos para la vía pública.
- Marco jurídico de seguridad vial (Pacheco Cortés & Pacheco Cortés, 2017).

Elementos específicos

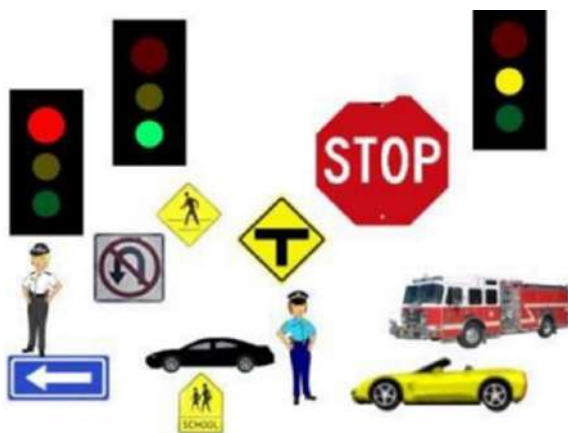
- Señales de tráfico: tales como postes con una placa indicando si se permite o se prohíbe una acción a terceros.
- Policía de tráfico: agente de vialidad encomendado a esa única función.
- Semáforo: dispositivo automatizable, paso de cebra o cruceo peatonal, autovía, ciclovía, paseo peatonal.
- Leyes básicas e intuitivas de vialidad (Pacheco Cortés & Pacheco Cortés, 2017).

Señales de Tránsito

Una señal de tránsito es cualquier objeto, aparato sonoro, letrero, rótulo o inscripción colocado en una vía por una autoridad para regular el tránsito. Las señales viales están diseñadas para: orientar, prevenir, regular y controlar el tránsito vehicular y peatonal en vías abiertas públicas y privadas. (Silva Castillo, 2021)

Figura 58.

Señales de tránsito.



Nota. Adaptado de *Visual thinking con realidad aumentada para desarrollar el interaprendizaje de la educación vial en el sindicato de conductores profesionales “4 de octubre” del cantón Penipe en el período abril–septiembre 2020*, por Silva Castillo, 2021, Universidad Nacional de Chimborazo.

Diariamente ocurren en el mundo incidentes desafortunados conexos con peripecias de tránsito, lo que no solo genera enormes costos financieros para el mantenimiento de su vehículo, sino también víctimas lesionadas o muertas y daños irreparables a sus familias (Barros Fernández, 2022, p. 43).

De otra manera Navarro Díaz (2018), define a la seguridad vial como “las medidas tomadas para la reducción de muertes por accidentes de tránsito y la adopción de mecanismos que fortalezcan el desplazamiento terrestre” (p.23). Por lo tanto, la seguridad vial se encarga de prevenir y evitar los daños y efectos causados por los accidentes viales, además de salvaguardar la integridad física de los ciudadanos que circulan en las vías públicas.

Movilidad

La movilidad es un término conexo con las personas que se trasladan de un lugar a otro. Por lo tanto, esta definición se utiliza para expresar la facilidad de desplazamiento o como forma de medición de los propios desplazamientos (pasajeros, medios de transporte, número de viajes, distribución modal de los viajes (Monroy Arias, 2020).

Tipos de licencia de conducir en el Ecuador

En Ecuador para conducir diferentes tipos de automotores (Carros, Motos, Bus, Camiones, etc.) La Agencia Nacional de Tránsito (ANT) proporciona licencias de conducir profesionales y no profesionales de diferentes tipos. Cabe indicar que, la licencia es un permiso o requisito que necesita todo conductor que utiliza las vías de Ecuador para movilizarse, en caso de no portarla se expone a multas y sanciones (Elyex, 2022).

Licencia no profesional

Licencia tipo A:

Las licencias no profesionales de conducir tipo A están orientadas para el uso personal que le faculta al usuario manejar vehículos motorizados como: ciclomotores, motocicletas, tricar y cuadrones.

Licencias profesionales

Licencia tipo A1:

Es un permiso profesional es decir este, este requisito permite y autoriza a una persona conducir Ciclomotores, motocicletas, tricimotos, cuadrones y triciclos motorizados de servicio comercial (Elyex, 2022).

Conclusiones

Conducir un medio de transporte, requiere de una gran responsabilidad, por ello desde los inicios de la conducción de vehículos, se han establecido, incorporando y actualizado, normas y reglamentos para preservar la vida tanto de los conductores de vehículos como transeúntes, ya que conducir un vehículo automotor implica un riesgo, por ello es indispensable educar al conductor sobre las diferentes leyes de tránsito para evitar infracciones y cometer una imprudencia que pueda ocasionar un siniestro. Las estrategias viales van direccionadas a una vigilancia constante del parque automotor (condiciones del medio de transporte), así como de las actitudes de manejo de una persona

al frente de un volante (exámenes médicos, visuales) y la aplicación de multas y castigos aleccionadores para los imprudentes al volante.

Bibliografía

- Barros Fernández, K. W. (2022). *Estrategias comunicacionales como herramientas para la seguridad vial en el sector Portete y la 29* [Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/62019>
- Elyex. (2022). *Tipos de licencia de conducir en el Ecuador*. 22-03-2022.
- Monroy Arias, B. E. (2020). *Estrategia pedagógica y ludo-recreativa de sensibilización para una educación vial, dirigida a docentes y estudiantes universitarios y de grado 11* [Universidad Pedagógica Nacional]. <http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/12912/PROYECTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Navarro Díaz, R. D. C. (2018). *Propuesta de diseño de proyecto de educación vial usando plataforma virtual en República Dominicana* [Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña]. [https://repositorio.unphu.edu.do/bitstream/handle/123456789/1281/Propuesta Diseño Programa Educación Vial.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unphu.edu.do/bitstream/handle/123456789/1281/Propuesta%20Dise%C3%B1o%20Programa%20Educaci%C3%B3n%20Vial.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pacheco Cortés, C. M., & Pacheco Cortés, C. M. (2017). Educación vial en la era digital: cultura vial y educación permanente. *Diálogos Sobre Educación. Temas Actuales En Investigación Educativa*, 8(15). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-21712017000100011&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Paredes Herrera, E. A. (2017). *La educación vial y su efecto en el comportamiento riesgoso de jóvenes conductores noveles* [Universidad San Francisco de Quito USFQ]. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/6551/1/131076.pdf>
- Rovira Salvador, I. (2018). *Estrategias didácticas: definición, características y aplicación*. 1-04-2018. <https://psicologiymente.com/desarrollo/estrategias-didacticas>
- Silva Castillo, B. A. (2021). *Visual thinking con realidad aumentada para desarrollar el interaprendizaje de la educación vial en el sindicato de conductores profesionales "4 de octubre" del cantón Penipe en el período abril-septiembre 2020* [Universidad Nacional de Chimborazo]. [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8278/1/8.-TESIS Bolívar Abel Silva Castillo-DP-EDU-TEI.pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8278/1/8.-TESIS%20Bolívar%20Abel%20Silva%20Castillo-DP-EDU-TEI.pdf)

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

Capítulo

IV

La Educación, Oportunidades y Retos en las Áreas de Emprendimiento e Innovación



Incidencia de los hábitos de estudio en el rendimiento académico

Flores Anchundia Isabel Mariana

Resumen

La importancia de esta investigación radica en que los hábitos de estudio son primordiales para adquirir y consolidar los conocimientos a través de conductas repetitivas, favoreciendo el rendimiento académico de los alumnos. El problema radica en que los alumnos no poseen buenos hábitos de estudios por la escasa planificación a la hora de estudiar, distracciones en casa, empleo de dispositivos electrónicos, música a la hora de estudiar, descanso inapropiado, que influyen de manera negativa en el estudio y por ende en el rendimiento académico. La presente investigación tuvo como objetivo determinar la incidencia de los hábitos de estudio y el rendimiento académico de los alumnos de séptimo grado de la Unidad Educativa José Luis Chóez Chancay de la ciudad de Manta. El estudio tiene un diseño metodológico no experimental, correccional y descriptivo con un enfoque cualitativo y cuantitativo. La muestra fue 69 alumnos de séptimo grado de educación general básica. Además, se aplicó el cuestionario de Hábitos y Técnicas de Estudio. Mediante el estudio estadístico se comprueba una correlación significativa entre las variables hábitos de estudio y rendimiento académico donde se deja claro que los Hábitos de Estudio si se relacionan con el Rendimiento Académico en los estudiantes del Séptimo Año de Educación General Básica y se propone un plan de estrategias y técnicas de estudio para mejorar el rendimiento académico de los estudiantes. Se concluye que los alumnos que no tienen hábitos de estudios su desempeño académico es regular.

Palabras claves: Desempeño Académico, Enseñanza-Aprendizaje, Guía Metodológica, Técnicas de Aprendizaje, Prácticas de Estudio.

Abstract

The importance of this research lies in the fact that study habits are essential to acquire and consolidate knowledge through repetitive behaviors, favoring the academic performance of students. The problem is that most students do not have good study habits due to poor planning when studying, distractions at home, use of electronic devices, music when studying, inappropriate rest, which negatively influence study and therefore in academic performance. The objective of this research was to determine the incidence of study habits and academic performance of seventh grade students from the José Luis Chóez Chancay Educational Unit in the city of Manta. The study has a non-experimen-

tal, correctional and descriptive methodological design with a qualitative and quantitative approach. The sample was 69 seventh grade students of basic general education. In addition, the Habits and Study Techniques questionnaire was applied. through the statistical study, a significant correlation is verified between the variables study habits and academic performance where it is made clear that the Study Habits are related to the Academic Performance in the students of the Seventh Year of Basic General Education and a plan of Strategies and study techniques to improve the academic performance of students. It is concluded that students who do not have study habits, their academic performance is regular.

Keywords: Academic Performance, Teaching-Learning, Methodological Guide, Learning Techniques, Study Practices.

Introducción

Los hábitos de estudio facilitan el proceso de aprendizaje, porque generan en los alumnos actos repetitivos que lo conducen al aprendizaje significativo para adquirir conocimiento en la enseñanza. “Al estudiar, se ponen en práctica los hábitos y las técnicas para investigar, aprender o cuestionar resultados deseados, porque es importante programar el tiempo de trabajo, organizar el material al leer, tomar apuntes correctamente, resumir y repasar lo aprendido” (Estrada et al., 2008, p. 2). Es decir, mantener un orden, método de estudio, normas en los horarios, empleo de estrategias, crean la disciplina, un elemento menester para que los resultados sean positivos, de esta forma, se logra conocimientos en condiciones ambientales, tiempo y espacio adecuado para el aprendizaje.

Tamayo-López (2017), muestra que en el contexto internacional estudios efectuados en un colegio de la ciudad de Valledupar, Colombia, los hábitos de estudio y el rendimiento académico tiene una relación significativa en el aprendizaje. En esta misma línea, en Costa Rica, señala que los alumnos que no practican hábitos de estudio tienen una mínima relación lineal con el rendimiento académico.

En el Ecuador, Manrique (2020), establece que existe una correlación positiva y significativa entre las variables hábitos de estudio y rendimiento académico, en la resolución de tareas, preparación de exámenes, forma de escuchar la clase con la variable rendimiento académico. García García (2019) reconoce que los alumnos que adquieren hábitos de estudio mejoran el rendimiento el rendimiento académico.

Cedeño-Meza et al (2020), menciona que en la población de Portoviejo, Manabí los buenos hábitos se relacionan positivamente con el rendimiento académico. En este sentido, el docente tiene que ajustarse a los cambios sociales derivados de las tecnologías de la información y la comunicación, y adaptarlos de manera novedosa a su actividad cotidiana. Es importante que ponga en práctica la didáctica que permitan comprender y actuar en los procesos de aprendizaje a través de metodologías activas y estrategias aplicadas en el aula.

Las investigaciones revelan que los alumnos de séptimo año de educación básica no tienen buenos hábitos de estudio, ni método de trabajo adecuado que les facilite desarrollar estrategias útiles para ser autónomos en su aprendizaje.

La carencia de hábitos de estudios se da muchas veces por distracciones externas, falta de compromiso en el cumplimiento de las tareas académicas, limitada ayuda de los padres y docentes, que influyen negativamente en su formación. Cabe destacar, que los hábitos de estudio son relevantes porque generan que los alumnos piensen y organicen las ideas de manera eficaz, y con ello puedan realizar la labor intelectual necesaria para resolver un problema y reflexionar sobre un determinado tema.

Alcance de la Investigación

Cuando los alumnos adquieren hábitos de estudio es notorio que el desempeño académico mejore significativamente porque cumplen con las tareas escolares, su desenvolvimiento es crítico y reflexivo, mostrando interés en el aprendizaje. Es allí donde el docente debe intervenir con técnicas pedagógicas para hacer dinámica la clase, creativa y entretenida. Los padres de familia también deben de colaborar con la supervisión de las tareas porque siempre buscan la excelencia académica, aportando a la formación integral, por lo es importante establecer normas para fomentar hábitos de estudio.

El propósito es mejorar los hábitos de estudio, reforzándolas con técnicas de estudios, organización, tutoría y seguimiento académico para enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje. El presente estudio utiliza un diseño metodológico cualitativo y cuantitativo, descriptivo, no experimental. La población de alumnos son los paralelos A y B de séptimo año de la Unidad Educativa José Luis Chóez Chancay de la ciudad de Manta y la muestra son 69 alumnos de séptimo año, paralelo A y B. Con las encuestas realizada a los alumnos, docentes y padres de familias se pretende demostrar que los hábitos de estudio tienen una incidencia importante en el rendimiento académicos.

Rendimiento académico

El rendimiento en el alumno es un nivel de conocimientos demostrado en un área o asignatura, comparado con la edad, nivel académico que el alumno debería tener a partir de los procesos de evaluación. Esta medición de los rendimientos alcanzados por los alumnos no provee, por sí mismo, las pautas necesarias para la acción destinada al mejoramiento de la calidad educativa.

El origen etimológico del rendimiento académico siguiendo a Flores (2010, como se citó por Imig, 2020), proviene del latín 'reddere' [re (hacia atrás) y dare (dar)], que luego –por la influencia de prehendere (prender) y vendere (vender)- pasó a ser 'rendere'. También se entiende como una medida de proporción que aparece entre las formas usadas para obtener algo y evaluar el resultado que concretamente se consigue o beneficio que se obtiene. Con respecto a la eficiencia se concibe como la capacidad para lograr un determinado resultado utilizando la menor cantidad de recursos posibles; en cuanto a la efectividad se asocia de manera directa a la capacidad para obtener el efecto que se busca.

El rendimiento académico es la expresión de capacidades y características psicológicas del alumno, desarrollado y actualizado a través del proceso de enseñanza-aprendizaje que posibilita obtener un nivel de funcionamiento y logros, que sintetizan un calificativo del nivel alcanzado (Obando & Mielles, 2017, p. 214). Es frecuente asumir que el rendimiento académico es un indicador del nivel de aprendizaje alcanzado por el alumno en el aula, que constituye el objetivo central de la educación.

En el siglo XXI el rendimiento académico se asume como expresión del nivel de conocimiento demostrado en un área o materia comparado con la edad y nivel académico. Para definirlo se precisa definir el rendimiento académico como el resultado de comparar los objetivos perseguidos y los obtenidos e incluir en el análisis la impronta de factores sociales, económicos, educativos, que intervienen en el resultado (Flores Anchundia, 2023).

El rendimiento académico no puede concebirse desde una perspectiva unilateral, sino que se incluye y articulan: proceso y resultado. Como proceso, alude a la sinergia enseñanza-aprendizaje que posibilita alcanzar un nivel de funcionamiento, logros académicos, que se expresan en la manera que influyen diversos factores, psicosociales, biológicos y familiares, en la configuración de las experiencias, que le atribuyen la calidad de la enseñanza brindada. El resultado se expresa en acciones y actuaciones que el alumno realiza cuando utilizan lo aprendido en la vida cotidiana.

En la investigación de Navarro (2003), selecciona tres factores la motivación escolar, el autocontrol del alumno y las habilidades sociales, que tienen una vinculación significativa con el rendimiento académico, que pueden ser analizadas de diferentes niveles educativos con la intención de evaluar sus implicaciones en el rendimiento escolar.

Niveles de rendimiento escolar

Rendimiento Escolar Bajo

Los estudiantes con este nivel de rendimiento se consideran poco satisfactorio en el dominio de un conjunto de contenidos donde las capacidades cognitivas evaluadas son esperables, es decir logran un desempeño elemental. Los estudiantes con este rendimiento se pueden considerar con limitaciones para el entendimiento, comprensión y aprovechamiento de conocimientos durante el aprendizaje.

Rendimiento escolar medio

Los estudiantes de este nivel logran un desempeño satisfactorio en el dominio del conjunto de contenidos y las capacidades cognitivas evaluadas y esperables.

Rendimiento escolar alto

Los alumnos con un rendimiento alto demuestran un logro máximo de los objetivos y metas planteadas en las asignaturas, se evidencia un desempeño excelente en el dominio de contenidos, capacidades cognitivas evaluadas cuantitativamente y esperables.

Factores del Rendimiento académico

Existen dos factores importantes que influyen en el rendimiento académico:

Factores Endógenos

Está estrechamente relacionados la parte psicológica del alumno y se presentan en el esfuerzo personal, motivación, voluntad, inteligencia, hábitos de estudio, las actitudes, ajuste emocional, armonía con el grupo, edad cronológica, estado nutricional, la deficiencia sensorial, perturbaciones funcionales, estado de salud física. Además, la relación con las actitudes y aptitudes del alumno influyen sobre su rendimiento académico por la predisposición y el desarrollo de habilidades cognitivas.

Factores exógenos

Son aquellos factores externos al alumno como el ambiente social, aspecto socioeconómico, procedencia urbana o rural, conformación del hogar (funcional-disfuncional), tipo de vivienda, a las carencias familiares, la falta de identificación con la figura paterna o materna, la carencia de la figura del padre, la presencia de una madre dura o hiperactiva, angustiada o áspera, aparte de una insuficiente alimentación que lleve consigo las secuelas para el esfuerzo que requiere el estudio.

Flores Anchundia (2023), enfatiza que, el rendimiento académico es influenciado por siete factores externos: las instalaciones y características físicas del ambiente de estudio o del aula, así como iluminación, ventilación, el ruido, etc. Compromiso con las actividades que se realizan en el aula y esto a su vez en relación con la motivación y el interés que el alumno tiene por las materias que comprenden el plan de estudios, análisis de contenidos, evaluación y prioridades para llevar a cabo las exigencias académicas.

La motivación escolar

La motivación escolar es un proceso general por el cual se inicia y dirige una conducta hacia el logro de una meta. Este acto involucra variables cognitivas y afectivas: cognitivas, en cuanto a las habilidades de pensamiento y conductas instrumentales para conseguir las metas propuestas.

Variable dependiente: Hábitos de estudios

Beteta (2008), plantea que los hábitos se forman en la vida diaria, forman patrones de comportamiento y aprendizaje, comenzando en el hogar y continuando en otros entornos que involucran a niños o adolescentes. Para desarrollar un hábito de estudio hay que planificar el tiempo. Esto permite que los alumnos organicen las actividades escolares de manera eficiente para que puedan trabajar de manera positiva en el menor tiempo posible, hacer un calendario o cronograma con las fechas y horas de trabajo académico, donde los estudiantes puedan completar las actividades académicas de la forma adecuada; también es necesario identificar un lugar de estudio libre de distracciones, ordenado, iluminado y ventilado, con todos los útiles escolares necesarios para el estudio en todo momento.

Hábitos de Estudio y Aprendizaje Significativo

Es necesario manifestar que, la importancia de los hábitos de estudio como un elemento fundamental en la construcción del aprendizaje significativo, para que el alumno reflexione sobre la necesidad imperiosa de emplear

estrategias que le permitan enfrentar situaciones en su proceso de aprendizaje. El valor de los hábitos para la eficiencia personal es inconmensurable porque el éxito depende de la motivación y los hábitos se fortalecen con la práctica constante, que conducen a “un aprendizaje significativo, que es cuando los contenidos son relacionados con lo que el alumno sabe. Se debe entender que las ideas se relacionan con algún aspecto relevante de la estructura cognoscitiva del alumno, imagen, símbolo, concepto o una proposición”. (Avilés & García, 2008, p. 19)

Para el alumno responsable el estudio representa una actividad permanente en su vida, por tal motivo, los hábitos de estudio se traducen en técnicas, métodos, estrategias y habilidades de aprendizaje, que son fundamentales en la formación de su autonomía y responsabilidad en la construcción de su aprendizaje.

Tipos de hábitos

Malos

Aristóteles mencionaba que los hábitos malos por lo general alejan al estudiante del cumplimiento de las responsabilidades naturales, y los denomina vicios. Durante la vida académica de los alumnos se presentan malos hábitos, afectando directamente sobre el desempeño académico,

Buenos

Los hábitos buenos, son adaptativos o formativos y posibilitan el crecimiento personal, ayudando a alcanzar las metas y objetivos planteados por cada individuo.

Importancia de los hábitos de estudio

La formación de los hábitos de estudio es un verdadero reto para los padres, docentes, psicólogos educativos y todas las personas que se encuentran en la continua formación del estudiante, la cual se asume en el proceso de aprendizaje; éste es el primer paso para activar y desarrollar de forma integral la capacidad de aprender de los alumnos, incorporándose a la rutina escolar de trabajo y preparándolo para enfrentar con mayor eficiencia los desafíos de la vida.

Tipos de hábitos de estudio

Hábitos útiles

Son los que acompañan el desempeño en la vida diaria, es decir, poner atención en la clase, tomar apuntes, investigar más sobre el tema, realizar preguntas al docente sobre las dudas que les surjan e intercambiar opiniones con sus compañeros. Estas actividades se realizan al interior de la escuela, lo que le permite continuar con sus actividades diarias.

Hábitos improvisados

No están establecidos y requieren de un perfeccionamiento constante, por ejemplo, cuando se le dedica poco tiempo a estudiar fuera de las horas escolares, los estudiantes revisan sus apuntes con poca antelación previa a dar exámenes, o preparan una presentación de un día para otro.

Hábitos dominantes

Son exigentes e interfieren en la vida cotidiana, se vuelven compulsivos en la ejecución y terminan generando estrés en los alumnos, por lo que se debe realizar una organización, planificación de tiempos y espacios en cada actividad.

Factores para formar los hábitos de estudio

Según Flores Anchundia (2023), los factores que influyen en los hábitos de estudio son:

Factor personal: Se da por entendido la actitud positiva, y el deseo, así como la disciplina, la persistencia organización personal de cada estudiante. Además, se encuentra la inteligencia, habilidades, aptitudes, autoestima, factores afectivos y motivacionales, circunstancias energéticas.

También hay factores psicológicos tales como:

- La motivación, concentración, comprensión, organización.

Creación de hábitos de estudio

Los hábitos de estudio han sido investigados a partir de distintas corrientes teóricas metodológicas, intentando demostrar su eficacia en el desarrollo académico de los alumnos. Son estrategias, técnicas, recursos, actitudes y actividades que facilitan la adquisición de conocimientos, es decir, permiten desarrollar el rendimiento académico. Los componentes de los hábitos de estudio se pueden agrupar en; estrategias de higiene, que generan condiciones de los materiales; estrategias de estudio que brindan formas de estudiar para

adquirir conocimiento, y capacidades de estudio referentes a las acciones mentales que se poseen para mejorar el aprendizaje.

Hábitos de estudio usados por los estudiantes exitosos

En estudios realizados se plantea que existen coincidencias en los resultados obtenidos por alumnos que tienen las mejores notas en diferentes asignaturas, relacionado con los buenos hábitos de estudio, que lo convierten en un alumno de vanguardia Santos (2019, como se citó por Cedeño-Meza et al, 2020, p. 285). Esto evidencia que la aplicación de varias estrategias ayuda a los alumnos a redirigir sus procesos de aprendizaje a través de la autorregulación, y técnicas que llevan a un aprendizaje eficaz.

Crear un plan de estudio

Tomar descanso, realizar preguntas, repasar regularmente, dormir lo suficiente practicar bajo condiciones de examen, aplicar el conocimiento a problemas reales,

Los alumnos más responsables tienen claro que aprender no consiste en aprobar exámenes y obtener buenas notas, sino en entender conceptos y descubrir cómo usarlos para resolver problemas reales en la vida cotidiana. El aprendizaje basado en problemas es un método que enfatiza precisamente este aspecto, por lo que se encuentra habitualmente entre los más usados por los mejores alumnos.

Técnicas de estudio para la adquisición de hábitos formativos

Para aprovechar de manera positiva y eficiente el tiempo de estudio, mejorar las calificaciones, y el rendimiento escolar; al docente se le sugiere utilizar las siguientes técnicas de estudio González & Rivera (2008):

Tomar apuntes, realizar notas al margen, subrayado.

Metodología

En el trabajo titulado: Los hábitos de estudio inciden en el rendimiento académico en los estudiantes de séptimo año de educación básica, se elaboró a través de un diseño metodológico no experimental. Es correccional pues permitió identificar la relación entre la variable independiente el rendimiento académico y la dependiente son los hábitos de estudio, utilizando procesos estadísticos que ayudará a próximas investigaciones.

Es descriptivo porque narra la situación real del fenómeno a estudiar; así mismo, tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo porque estudia los “fenómenos que se pueden medir a través de técnicas estadísticas para el análisis de datos, propósito de la descripción, explicación, predicción y control objetivo de sus causas fundamentando sus conclusiones sobre el uso riguroso de la métrica o cuantificación” (Sánchez Flores, 2019, p. 104). Información que sirvió para el procesamiento, análisis e interpretación de los datos investigados a estudiantes y docentes; y, es cualitativa por el análisis descriptivo y explicativo respecto al tema.

Diseño de muestra

Para aplicar la encuesta a los estudiantes se diseñó una muestra finita de 488 alumnos de la Unidad Educativa José Luis Chóez Chancay (población), dicha institución se encuentra situada en la parroquia Tarqui del cantón Manta. Como se desconoce la probabilidad de éxito y fracaso, se asumen los valores fijos de 50% para cada uno; se le asigna el 95% de confiabilidad y un margen de precisión del 10,9%. El resultado de la de la muestra consistió en 69 alumnos como unidades primarias de muestreo seleccionados al azar. Cabe mencionar, que los dos docentes fueron seleccionados sin calcular la muestra, debido a que se encuestaron a los docentes de las aulas de clases seleccionadas mediante la técnica no probabilística de muestreo intencional, de la misma manera se seleccionó el aula de clases de los encuestados.

Universo

El universo se encuentra conformado por los 69 alumnos y dos docentes encuestados.

Unidad de análisis

Las encuestas fueron dirigidas alumnos y los docentes, los docentes tienen la característica de ser formadores académicos de la institución y los alumnos las características de pertenecer a la Unidad Educativa José Luis Chóez Chancay y cursar el séptimo año básico.

Población y muestra

La población de estudio es la Unidad Educativa José Luis Chóez Chancay, que cuenta con 488 alumnos, situada en la parroquia Tarqui del cantón Manta. La población “se define como el conjunto de casos que tienen una serie de especificaciones en común y se encuentran en un espacio determinado” (Arispe et al., 2020, p. 173). La muestra son 69 los alumnos de séptimo año básico, paralelo A y B, que están en transición a la básica superior e

implica aumento de responsabilidades: organización de rutinas para cumplir con las tareas académicas, y docentes en cada asignatura en el proceso de formación. Para la selección de la muestra se aplicó la técnica no probabilística de muestreo intencional, que es de interés del investigador, “seleccionando intencionalmente los individuos de la población que generalmente se tiene fácil acceso a través de convocatorias abiertas, en el que las personas acuden voluntariamente para participar en el estudio, hasta alcanzar el número necesario para la muestra” (Hernández & Carpio, 2019, p. 78).

Para la recolección de la información se emplearán las técnicas de la encuesta para los alumnos y se entrevistará 2 docentes, que imparten clases en los grados citados. Los instrumentos que se emplearán serán: cuestionarios dirigidos a los alumnos y docentes. El método inductivo-deductivo permitió llegar al razonamiento lógico para obtener las conclusiones acerca del tema investigado. La investigación de campo se obtuvo a través otra fuente de información porque es el lugar donde se encuentra el objeto de estudio, además se examinó libros, tesis, revistas, artículos científicos, portales digitales de universidades con el propósito de obtener información fidedigna y confiable.

Se aplicó el Cuestionario de Hábitos y Técnicas de Estudio de César Ruiz Alva (2005), que tiene como finalidad precisar si los hábitos y técnicas de estudio que influyen en las tareas de aprendizaje. A partir de esta información es posible diseñar y ejecutar programas de intervención adaptados a los alumnos y docentes. En la elaboración del cuestionario se consideró los siguientes aspectos: organización del tiempo, distribución del tiempo, como estudias, concentración, rendimientos académicos. Estos aspectos se han desglosado en las siete escalas que componen el instrumento: actitud general hacia el estudio, lugar de estudio, estado físico del escolar, plan de trabajo, técnicas de estudio, exámenes, y ejercicios y trabajos. Los métodos de estudio deben tener un enfoque preventivo pues existe una estrecha relación entre enseñar a estudiar durante el proceso de enseñanza aprendizaje en cada una de las materias (Flores Anchundia, 2023).

Los recursos humanos con las cuales se efectuó la presente investigación fueron con la participación de los estudiantes de Séptimo año de Educación General Básica y docentes de los grados citados; de igual manera, se solicitó el permiso correspondiente a los padres de familia para aplicar el Cuestionario de Técnicas y Hábitos de Estudio y autoridades del Plantel. El recurso institucional es la Unidad Educativa José Luis Chóez Chancay. De igual manera se sostuvo reuniones de trabajo con los docentes de grados para socializar el

cuestionario CHTE y dictar conferencias para aplicar la propuesta académica. Entre los recursos tecnológicos se utilizaron laptops, internet, dispositivos digitales, otros.

Conclusiones

Según los resultados obtenidos se concluye que existe un porcentaje promedio de estudiantes presentan hábitos de estudios evidenciando, que su desempeño es óptimo en las sesiones de clases dictadas en los alumnos de séptimo grado de la Unidad Educativa José Luis Chancay, además de contar con un ambiente adecuado para realizar las tareas escolares, quedando comprobada la hipótesis general.

Se concluye que un porcentaje considerado de alumnos no tienen hábitos de estudios porque no disponen de un ambiente adecuado para el desarrollo de sus actividades académicas. Además, se observa que los alumnos no realizan una buena distribución de su horario de actividades, por los elementos externos que dificultan como la distracción por el ruido durante el proceso. Por lo tanto, se infiere según los resultados de la investigación, que los estudiantes con buen rendimiento académico poseen un buen ambiente de estudio y tienen gran concentración.

Las diversas investigaciones evidencian que hay una marcada relación entre los hábitos de estudios adecuados y el rendimiento académico, que llevó a efectuar una propuesta pedagógica de técnicas de estudios que inciden en la formación de hábitos de estudios en los alumnos y que sirva de referencias a los docentes para alcanzar aprendizaje autónomo y reflexivo, donde se haga énfasis en la necesidad de implementar talleres educativos para fomentar las técnicas y hábitos de estudio en la institución educativa, porque son la pieza clave para generar un buen rendimiento en su formación académica.

Los resultados de esta investigación revelan que existe un gran número de estudiantes que necesitan corregir sus hábitos de estudio, principalmente con respecto a la forma en que distribuyen su tiempo, forma de estudiar, concentración, distribución del tiempo para mejorar el rendimiento académico.

Bibliografía

- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, D. O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La investigación científica. Una aproximación para los estudios de posgrado* (Primera Ed). Universidad Internacional del Ecuador.
- Avilés, J., & García, R. (2008). Los hábitos de estudio y su influencia en el aprendizaje significativo. *UPIICSA*.
- Beteta, M. C. (2008). Relación entre la autoeficacia y el rendimiento escolar y los hábitos de estudio en alumnos de secundaria. *REICE: Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 6(3), 59–99.
- Cedeño-Meza, J. G., Alarcón-Chávez, B. E., & Mielles-Vélez, J. C. (2020). Hábitos de estudio y rendimiento académico en los estudiantes de segundo nivel de psicología de la Universidad Técnica de Manabí. *Domino de Las Ciencias*, 6(2), 276–301. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1218>
- Estrada, L. E. E., Elizalde, C. L., Estrada, Y. I. E., & Escobedo, M. E. M. (2008). Comportamiento de los estudiantes en función a sus hábitos de estudio. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*, 8(2), 1–15.
- Flores Anchundia, I. M. (2023). *Incidencia de los hábitos de estudio en el rendimiento académico* [UNESUM]. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/4978>
- García García, Z. (2019). Hábitos de estudio y rendimiento académico. *Revista Boletín Redipe*, 8(10), 75–88. <https://doi.org/10.36260/rbr.v8i10.833>
- González, P. S., & Rivera, C. L. H. (2008). Recomendaciones pedagógicas para docentes. *Revista Enlace Educativo. Secretaría de Educación Jalisco*, 41, 34–35.
- Hernández, C. E., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *ALERTA Revista Científica del Instituto Nacional de Salud*, 2(1), 75–79. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Imig, P. G. (2020). Rendimiento académico: un recorrido conceptual que aproxima a una definición unificada para el ámbito superior/Academic performance: a conceptual journey that approximates a unified definition for the higher level. *Revista de Educación*, 20, 89–104.

- Manrique, S. (2020). Los hábitos de estudio y el rendimiento académico de los estudiantes del nivel secundario. *Ciencia y Desarrollo*, 23(2), 65. <https://doi.org/10.21503/cyd.v23i2.2093>
- Navarro, R. E. (2003). El rendimiento académico: concepto, investigación y desarrollo. REICE. *Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio En Educación*, 1(2).
- Obando, C. J. A., & Mieles, C. J. L. C. (2017). El rendimiento académico: aproximación necesaria a un problema pedagógico actual. *Revista Conrado*, 13(58), 213–220.
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 101–122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Tamayo-López, L. P. (2017). *Evaluación de los estilos y estrategias de aprendizaje, las técnicas y hábitos de estudio que inciden en el rendimiento académico* [Universidad Internacional de La Rioja]. [https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/6464/TAMAYO LOPEZ%2C LENA PAULINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/6464/TAMAYO%20LOPEZ%2C%20LENA%20PAULINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Aplicación de la herramienta powtoon y el aprendizaje significativo de lengua y literatura

Candy Mariela Cedeño-Farías

Resumen

Con el avance de las herramientas tecnológicas han variado las formas de adquirir y transmitir los conocimientos en las aulas de clases para obtener un aprendizaje significativo. El objetivo de este proyecto de investigación fue aplicar la herramienta Powtoon para el aprendizaje de los estudiantes del séptimo año en la asignatura de Lengua y Literatura de la Escuela de Educación Básica “Antonio Uscocovich” del Cantón Sucre de Manabí. Cabe destacar que la metodología utilizada tuvo un enfoque mixto, entendiéndose como cuantitativo y cualitativo, basándose en el paradigma naturalista, con un diseño de tipo no experimental de corte transversal y un diseño de tipo investigación - acción, respectivamente. Dentro de la población seleccionada, se consideraron como muestra 60 estudiantes y un docente. Los métodos de investigación utilizados fueron de tipo inductivo - deductivo, y la técnica empleada para la recolección de datos fue una encuesta, siendo su herramienta un cuestionario. Finalmente, se empleó una triangulación y una estadística descriptiva para la recopilación de resultados. Concluyendo que la herramienta Powtoon es una oportunidad para los docentes y recursos o técnicas para los estudiantes sobre todo en la utilización de las distintas narrativas digitales aplicadas se puede señalar la que más ha sido relevante para fortalecer el desempeño en los estudiantes en lengua y literatura.

Palabras claves: Aprendizaje, Herramientas, Lengua y Literatura.

Abstract

With the advancement of technological tools, the ways of acquiring and transmitting knowledge in the classroom have changed to obtain meaningful learning. The objective of this research project was to apply the Powtoon tool for the learning of seventh year students in the subject of Language and Literature of the “Antonio Uscocovich” School of Basic Education of the Sucre Canton of Manabí. It should be noted that the methodology used had a mixed approach, understood as quantitative and qualitative, based on the naturalistic paradigm, with a non-experimental cross-sectional design and an action-research design, respectively. Within the selected population, 60 students and one teacher were considered as a sample. The research methods used were inductive - deductive, and the technique used for data collection was a survey, the tool being a questionnaire. Finally, triangulation and descriptive statistics were used to

collect results. Concluding that the powtoon tool is an opportunity for teachers and resources or techniques for students, especially in the use of the different applied digital narratives, it can be pointed out the one that has been most relevant to strengthen the performance of students in language and literature.

Keywords: Learning, Tools, Language and Literature.

Introducción

El principal problema es la poca utilización de los recursos tecnológicos que ayuden a potenciar la absorción de información en los estudiantes. Aunado eso, la necesidad de un nuevo planteamiento educativo, promueve la reformulación didáctica, curricular, metodológica y organizativa con un carácter innovador en las instituciones educativas para lograr la adaptación de los docentes a las características y demandas del alumnado. En otras palabras, se hace menester un cambio que permita promover la utilización de nuevos recursos tecnológicos en las clases virtuales como lo es las narrativas digitales que incrementan el desarrollo académico, manteniendo la atención de los estudiantes mediante presentaciones divertidas, logrando un estudio eficiente y eficaz, estimulando los contextos educativos por los sentidos como auditivos, visuales y sensoriales.

Por lo tanto, la herramienta Powtoon se alza como un recurso indispensable para alcanzar los objetivos, puesto que es un software de animación basado en la web que permite a los profesores crear presentaciones animadas con sus estudiantes manipulando objetos creados previamente, imágenes importadas, música proporcionada y voces en off creadas por el usuario de forma rápida y sencilla, por consiguiente, es interactivo y cubre todos los aspectos. Es fundamental el empleo de la herramienta, porque radica en el conocimiento y aplicación de los recursos didácticos más adecuados para facilitar un aprendizaje activo e integral en las diferentes áreas de aprendizaje.

Asimismo, es menester mencionar que la metodología utilizada tuvo un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo, basándose en el paradigma naturalista principalmente, con un diseño de tipo no experimental de corte transversal para el cuantitativo y un diseño de tipo investigación - acción, para el cualitativo. Del mismo modo, dentro de las 100 personas de la población seleccionada, se consideraron como muestra 60 estudiantes y un docente. A su vez, los métodos de investigación utilizados fueron de tipo inductivo - deductivo, ya que el método inductivo permite un ordenamiento metodológico de lo particular a lo general, mientras que el deductivo permite al investigador obtener

razonamientos válidos y coherentes a partir de la conclusión final del trabajo de investigación. La técnica empleada para la recolección de datos fue una encuesta, siendo su herramienta un cuestionario. Finalmente, se hizo uso de distintas variables con la finalidad de aportar mayor información y resultados a la investigación. Dentro de las variables, se encuentra la variable dependiente la cual representa el aprendizaje significativo, y la variable independiente es la herramienta powtoon.

Materiales y métodos

En la presente investigación se utilizó el enfoque mixto ya que se consideró procedimientos cuantitativos y cualitativos. Dado que se ajusta a las características mencionada por Cedeño Farías (2023), “es un método de recogida de datos en un contexto de estudios principalmente científicos, los datos recogidos, se pueden probar hipótesis predefinidas; cualitativos, dependiendo del objetivo de la investigación, conviene realizar cualitativa o cuantitativa o una combinación de ambos”. Aunado a lo mencionado anteriormente, este enfoque se fundamentó epistemológicamente del paradigma naturalista, para lo cual se buscó descifrar los fenómenos de la realidad, asumiendo que existen categorías que no se puede cuantificar y requirió de una profundización por medio del análisis de casos, sujetos y fenómenos.

Cabe destacar, que el diseño de la investigación para la parte cuantitativa se utilizó un diseño no experimental, que, para Sousa et al (2007), no tienen determinación aleatoria, manipulación de variables o grupos de comparación. Asimismo, Huairé Inacio (2019), considera que, los diseños no experimentales de corte transversal, son aquellos que recolectan datos en un único momento del tiempo y su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un tiempo establecido.

De modo que, en este trabajo se consideró disponer de un diseño no experimental transversal, porque, se hizo uso de un tiempo establecido para poder indagar y recolectar la información necesaria para el diagnóstico de este trabajo. La segunda etapa de esta investigación, incurre en la parte cualitativa, mediante un diseño investigación-acción, teniendo como finalidad resolver problemática y mejorar prácticas concretas (Cedeño Farías, 2023).

Uno de los componentes vitales de una investigación se basa en la población, la cual es denominada como el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que partici-

pan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación”(Barrantes Echavarría, 2013). Entendiéndose que la población total es de 100 alumnos de educación básica y 3 docentes de educación básica media, con una muestra de 60 estudiantes y 1 docente.

En otro orden de ideas, los métodos investigativos son las diversas formas que tiene el investigador para interactuar con el objeto de estudio. Por tal razón, para llevar un adecuado proceso indagatorio en este estudio, se hizo uso del método inductivo-deductivo. Por tanto, es bien sabido que el método inductivo es un ordenamiento metodológico de lo particular a lo general, mientras que el método deductivo permite al investigador obtener razonamientos válidos y coherentes a partir de la conclusión final del trabajo de investigación.

Para el levantamiento de datos se empleó las técnicas que tienen relación con los objetivos variables, enfoque y diseño de investigación. Sobre esto, se empleó la encuesta a estudiantes y docentes. De acuerdo con Barrantes Echavarría (2013), “La encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas, proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos”.

Sobre la base de las técnicas e instrumentos de recogida de datos, se va a realizar una triangulación que consiste en combinar diferentes datos referidos a un mismo tema para lograr una mayor confiabilidad en el análisis de un determinado objeto de estudio. La información suele ser recogida por medio de procedimientos estandarizados que requieren una previa validación.

En cuanto al instrumento, será el cuestionario aplicado a estudiantes y docentes. Este cuestionario permitió conocer la metodología aplicada en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura de Lengua y Literatura. Mencionan Rodríguez Velasquez et al (2023), “la encuesta se aplicó ante la necesidad de probar una hipótesis o descubrir una solución a un problema, e identificar e interpretar, de la manera más metódica posible, un conjunto de testimonios que puedan cumplir con el propósito establecido”.

Para la recolección de datos, se requirió utilizar formularios de Google Drive enviado de manera digital a cada estudiante y docente, donde se hizo énfasis en la discreción y responsabilidad para manejar los datos obtenidos.

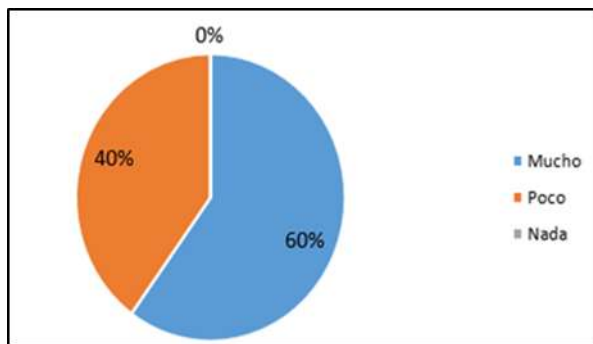
Resultados

Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes

1. ¿Cuál es el nivel de motivación de la asignatura de lengua y literatura?

Figura 59.

Nivel de motivación de la asignatura de lengua y literatura.

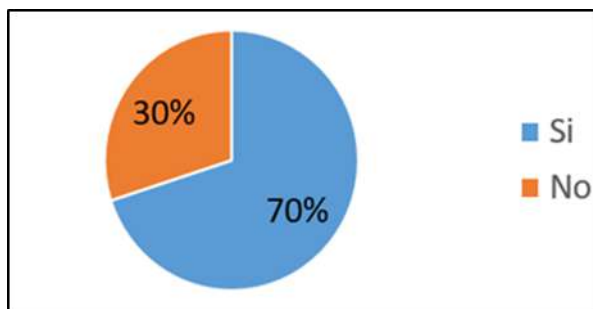


El 40% de encuestados, exteriorizan respuestas que se enmarcan en un nivel bajo de aceptación. Por tal razón, el ambiente de aprendizaje que se brinda no muestra una estabilidad adecuada por lo que se creó las condiciones necesarias para que ocurran procesos de aprendizaje en sus alumnos y se motive de una manera adecuada con nuevas experiencias significativas y mejores oportunidades.

2. ¿Conoce la Herramienta Powtoon?

Figura 60.

Conocimiento de la Herramienta Powtoon.

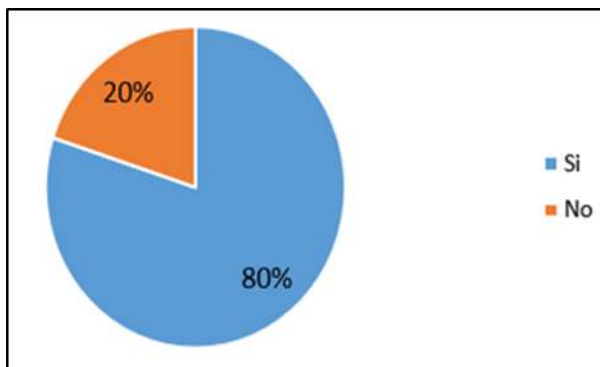


El 70 % de los encuestados manifiestan un alto nivel de aceptación y conocimiento, mientras un 30% presenta desconocimiento porque no la han escuchado. En este sentido, se evidencio en la figura 2 que los estudiantes tienen una predisposición por el uso de recursos tecnológicos, lo cual es relevante para el contexto de estudio.

3. ¿Su nivel de interés a la asignatura de lengua y literatura aumentaría con el uso de la herramienta Powtoon?

Figura 61.

Nivel de interés a la asignatura de lengua y literatura aumentaría con el uso de la herramienta Powtoon.

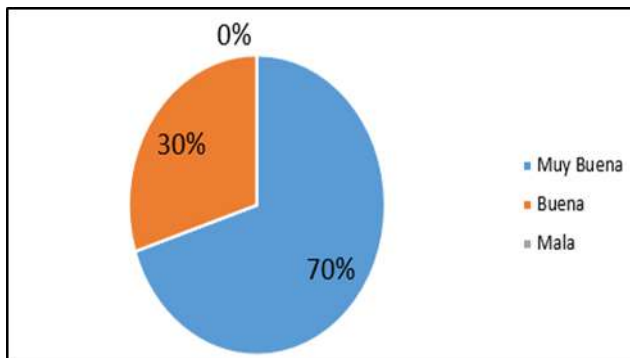


Como se observa en la figura 3, el 80% del total de encuestados, ubican respuestas que se enmarcan en un nivel alto de interés. Los estudiantes mencionaron que amplían sus contenidos de estudio con la aplicación de la innovación pedagógica, mediante la tecnología dentro del aula de clases. Por otro lado, se evidencia a los docentes aplicando la innovación pedagógica con tecnología y los estudiantes atentos a la clase.

4. ¿Cómo considera el uso de las herramientas digitales en la educación?

Figura 62.

Uso de las herramientas digitales en la educación.

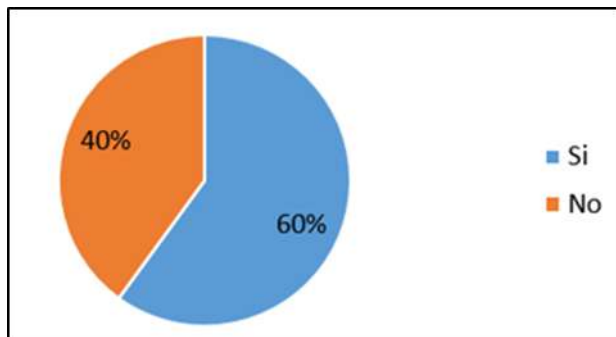


El 70% de los encuestados manifestaron muy buena el uso de las herramientas digitales, mientras un 30% presenta que es bueno, este uso se evidencio en la figura 4. La mayoría de la población estudiantil manifiesta que las herramientas digitales permiten motivar las clases y fomentar su aprendizaje por lo que se auto educa.

5. ¿Considera que la utilización de powtoon ayudaría en el proceso de aprendizaje significativo?

Figura 63.

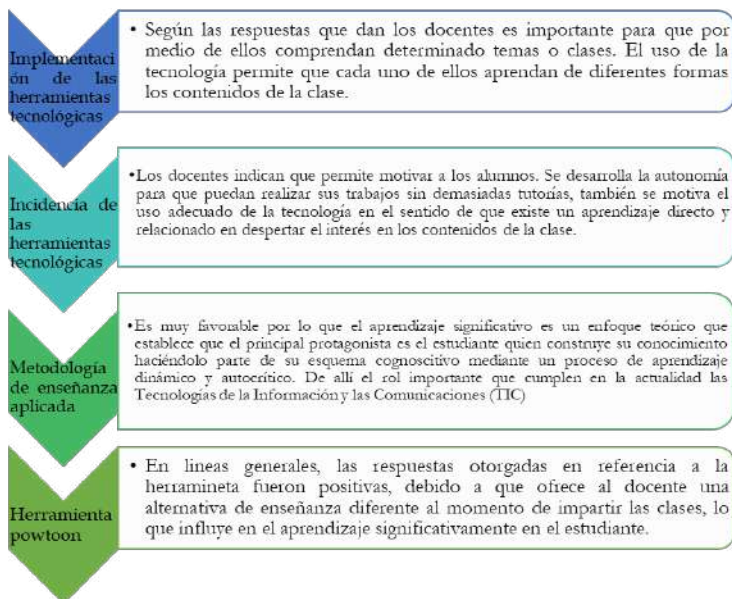
Utilización de powtoon ayudaría en el proceso de aprendizaje significativo.



Al indagarse sobre la utilización de powtoon ayudaría en el proceso de aprendizaje significativo; el 60% del total de estudiantes manifiestan respuestas que sí y se ubican en un nivel elevado de satisfacción en la actualidad.

Figura 64.

Resultados de la encuesta aplicada al docente.



Discusión

En esta sección, se presentan aspectos relevantes que surgen del contraste de la información obtenida a partir de la aplicación del enfoque mixto. Se exteriorizan las relaciones de los resultados encontrados en las distintas fuentes: encuestas a estudiantes y docente, así como también, se exponen las diversas limitaciones encontradas en esta investigación. Se presenta la triangulación realizada para determinar la incidencia que tienen los estudiantes y docentes sobre el uso Powtoon para el aprendizaje significativo. Con base a lo anteriormente planteado, se presenta la triangulación de datos.

Las interrogantes presentadas, permitieron contrastar resultados en la utilización de la herramienta Powtoon, dado que, se elaboraron teniendo en cuenta aspectos similares para ser aplicadas a los estudiantes y poder obtener una medición confiable. Se encontraron resultados alentadores y en simetría, los estudiantes admiten según la valoración de sus respuestas, fortaleza

en la utilización de TIC para la aplicación de ciertas actividades escolares en su proceso de aprendizaje. Así mismo, los estudiantes, mediante su valoración exteriorizan que aprenden de mejor manera cuando se utiliza la tecnología. Por lo tanto, favorece la utilización por lo que con el uso de la herramienta permite obtener un aprendizaje significativo en el área de lengua y literatura siendo el aprendizaje más fácil y agradable (Verdezoto Rodríguez & Chávez Vaca, 2018).

En las encuestas se evidencia diversos aspectos limitantes en el uso de herramientas por parte de los docentes, los cuales se describen a continuación. Del diagnóstico realizado a los docentes de la Unidad Educativa objeto de estudio, se evidencian debilidades en la aplicación de actividades frecuentes para obtener un aprendizaje significativo. Asimismo, se comprueba que existe escaso uso de la TIC por parte de los docentes para el desarrollo de actividades que permitan al educando adquirir conocimientos de una manera novedosa. En este sentido, es relevante que se propongan de manera prioritaria diferentes estrategias y actividades para el fortalecimiento de lengua y literatura, sobre todo utilizando la herramienta powtoon para lograr un mejor desempeño en el aprendizaje de los estudiantes (C. Sánchez, 2019).

Por otro lado, se mostraron resultados positivos en la capacidad de innovar utilizando nuevas herramientas que promuevan el aprendizaje. Además, está claro que los estudiantes pueden comprender mejor el material de lengua y literatura cuando usan powtoon. Considerando lo anterior, los estudiantes tienen una tendencia a trabajar con la herramienta para comprender mejor la materia. Desde esta perspectiva, los docentes tienen el potencial de innovar en el aula para lograr mejores resultados de aprendizaje.

Conclusiones

Al llevar a cabo esta investigación, se logró observar y descubrir lo importante que es integrar las diferentes narrativas digitales en el proceso de enseñanza - aprendizaje en la lectoescritura. Cabe considerar por otra parte, que la implementación de los diferentes recursos o materiales didácticos pedagógicos diseñados, incluyendo la herramienta powtoon, permite al docente y al estudiante trabajar en forma interactiva, colaborativa e individual. A su vez, estimula lo cognitivo, expresivo y afectivo así como en el desarrollo de conocimiento tanto en la interacción, cooperación, integración; además la innovación de nuevas estrategias que posibilita llevar a la práctica a los docentes y demostrar a los estudiantes otra forma de aprender de forma creativa,

motivadora, utilizando los distintos recursos y estrategias que cada una de las herramientas digitales brindan, al mismo tiempo estas están al alcance de la comunidad educativa de la misma forma permite desarrollar habilidades y sobre todo retroalimentar los conocimientos adquiridos para que sea un aprendizaje significativo.

Bibliografía

- Barrantes Echavarría, R. (2013). Investigación: un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. *Escuela de Agricultura de La Región Tropical Húmeda*, 1(2), 378. https://www.uned.ac.cr/academica/images/ceced/docs/Investigacion_camino_conocimiento.pdf
- Cedeño Farías, C. M. (2023). *Aplicación de la herramienta Powtoon y el aprendizaje significativo de lengua y literatura* [UNESUM]. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5003>
- Huaire Inacio, E. J. (2019). *Método de investigación*. <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/35.pdf>
- Rodriguez Velasquez, J. R., Flores Marchan, D. G., Mora Santiago, D. R. J., Riquez Livia, D. P., & Villena Rojas, M. M. A. (2023). Percepción sobre la enseñanza presencial y el aprendizaje virtual en pre y pospandemia. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 2541–2551. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4607
- Sánchez, C. (2019). *Aprendizaje de las relaciones trigonométricas mediante el uso de las TIC* [Fundación Universitaria los Libertadores]. https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/3179/Cortés_Olmedo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sousa, V. D., Driessnack, M., & Mendes, I. A. C. (2007). An overview of research designs relevant to nursing: Part 1: quantitative research designs. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 15(3), 502–507. <https://doi.org/10.1590/S0104-11692007000300022>
- Verdezoto Rodríguez, R. H., & Chávez Vaca, V. A. (2018). Importancia de las herramientas y entornos de aprendizaje dentro de la plataforma e-learning en las universidades del Ecuador. *EduTec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 65. <https://doi.org/10.21556/edutec.2018.65.1067>

La práctica del valor de la responsabilidad y su incidencia en el rendimiento escolar de los alumnos del cuarto año básico

Fanny Patricia Chica Farías

Objetivo General

Implementar una estrategia pedagógica en la práctica del valor de la responsabilidad para potencializar el rendimiento escolar de los estudiantes del cuarto año básico de la Escuela Arq. Jaime Pólit Alcívar.

Objetivo Específico

- Diagnosticar el nivel de responsabilidad en los estudiantes Diagnosticar el nivel de responsabilidad en los estudiantes en el contexto educativo del cuarto año básico de la Escuela Arq. Jaime Pólit Alcívar.
- Identificar cuáles son los factores que promuevan patrones de responsabilidad en los estudiantes del cuarto año de educación básica.
- Generar una estrategia pedagógica que potencie el valor de la responsabilidad en el rendimiento escolar de los estudiantes del cuarto año básico de la Escuela Arq. Jaime Pólit Alcívar.

Objeto de estudio y campo de acción

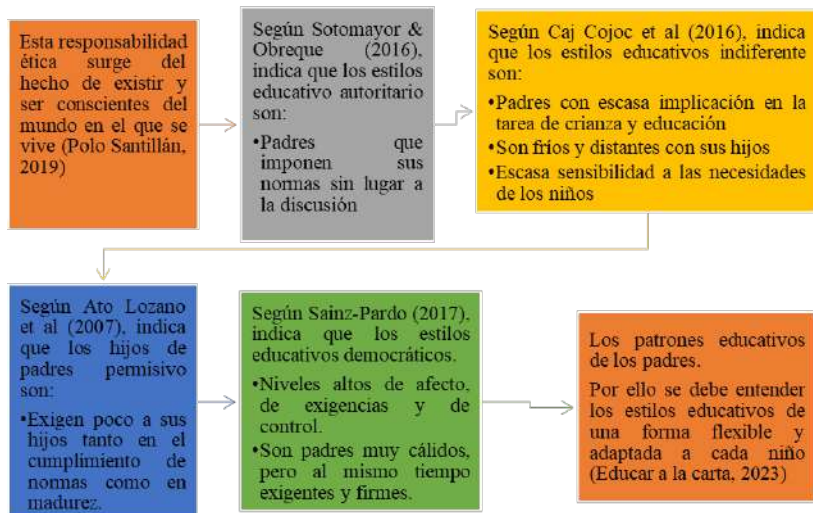
Se delimita como objeto de estudio: El proceso de formación del valor de la responsabilidad de los estudiantes.

La precisión del objeto en sus relaciones con el objetivo y el problema de investigación declarado, apuntó como campo de investigación: Rendimiento escolar.

Precisiones teóricas

Figura 65.

Precisiones teóricas.



Métodos

Este trabajo investigativo se sustenta en el método analítico desde una perspectiva científica porque parte desde el conocimiento exploratorio e investigativo, que busca extraer lo que se esté analizando hasta obtener un significado constructivo, que determinen causas y efecto.

Preguntas de investigación

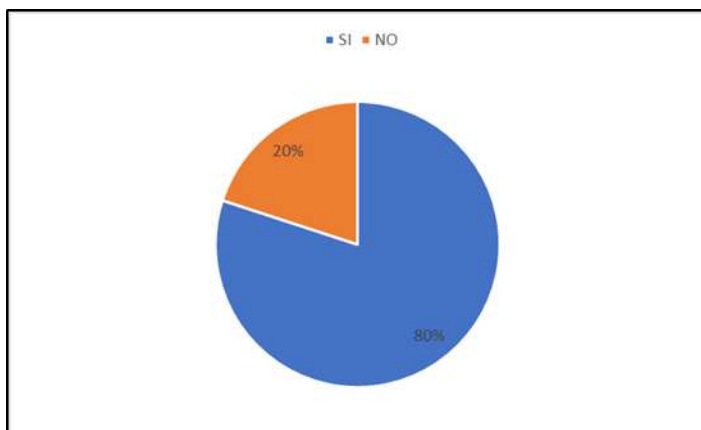
1. ¿Por qué diagnosticar el nivel de responsabilidad en los estudiantes en el contexto educativo del cuarto año básico de la Escuela Arq. Jaime Pólit Alcívar?
2. ¿De qué manera identificar los factores que promuevan patrones de responsabilidad en los estudiantes del cuarto año de educación básica?
3. ¿Cómo generar una estrategia pedagógica que potencie el valor de la responsabilidad en el rendimiento escolar de los estudiantes del cuarto año básico de la Escuela Arq. Jaime Pólit Alcívar?

Resultados

1. ¿Por qué diagnosticar el nivel de responsabilidad en los estudiantes en el contexto educativo del cuarto año básico de la Escuela Arq. Jaime Pólit Alcívar?

Figura 66.

Promoción de prácticas de valores estudiantiles.



Es factible la ejecución de la Proyecto, debido a que se cuenta con la disponibilidad de los padres de familia, estudiantes, docente de la escuela Arq. Jaime Pólit Alcívar. Debido a la importancia de educar en el valor de la responsabilidad es necesario que los padres de familia enseñen en sus hogares estos valores, que nos servirá para resolver problemas de la vida cotidiana.

Conclusiones

Los valores humanos son indispensables, para el desarrollo de las actividades escolares de los estudiantes, establecida para una mejor comprensión y aprovechamiento académico.

A través de esta investigación se pudo verificar que los docentes trabajan a diario practicando los valores, usando varias estrategias activas y lúdicas, buscando formación integral de los estudiantes, pero sin embargo no se ha alcanzado lo planeado, esto demuestra que no se ha dado continuidad y practica desde el hogar.

Recomendaciones

Se debe ser empáticos y enseñar valores a los estudiantes porque en la actualidad estos se han perdido para obtener mejores resultados con los estudiantes se realizó actividades con videos, motivándolos para que sean en el hogar o en la institución educativa en las que se reflejan dichos valores.

Bibliografía

- Ato Lozano, E., Galián Conesa, M. ., & Huéscar Hernández, E. (2007). Relaciones entre estilos educativos, temperamento y ajuste social en la infancia: Una revisión. *Anales de Psicología*, 23(1), 33–40.
- Caj Cojoc, A. E., de León, M., & Betzabet, S. (2016). *El patrón de crianza indiferente y su efecto en el proceso de la lectoescritura en niños de primero primaria de la Escuela Víctor Nicolás Aguilar*. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Educación a la carta. (2023). *Ficha técnica caso 3. Estilos educativos de los padres*. 31-10-2023. <https://educaralacarta.wordpress.com/2013/10/31/ficha-tecnica-caso-3-estilos-educativos-de-los-padres/>
- Polo Santillán, M. Á. (2019). La responsabilidad ética. *Veritas*, 42, 49–72. <https://doi.org/10.4067/S0718-92732019000100049>
- Sainz-Pardo, I. (2017). *4 estilos de Educación, 4 estilos de Evolución*. 28-10-2017. <https://www.psicologiainfanciayfamilia.com/terapia-pareja/4-estilos-educacion-4-estilos-evolucion/>
- Sotomayor, D. S., & Obreque, A. S. (2016). Estilos educativos de enseñanza que poseen los padres y apoderados de cursos iniciales de EGB en un establecimiento educativo de la comuna de Osorno Chile. *Boletín Redipe*, 5(4), 75–87.

Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**

Conclusión



Este tipo de iniciativas académicas como la materialización del **III Congreso Internacional de Administración, Finanzas, Emprendimiento e Innovación** cuya exposición de temáticas abarcan varios campos del conocimiento Económico, Administrativo y Financiero permiten aportar avances y sustento al conocimiento científico pues es un espacio para la discusión de teorías y práctica de las ciencias sociales.

A manera de cierre se exponen los análisis conclusivos de cada trabajo presentado en el proyecto como parte de una síntesis del conocimiento generado en la experiencia.

En el Capítulo I. Tendencias de Metodologías Científicas en las Áreas de Emprendimiento e Innovación, Gestión Administrativa, Empresarial y Economía Circular el trabajo “Emprendimientos Familiares y su Aporte en la Economía de las Comunidades del Cantón Sucre” los autores aportan una estadística a nivel cognitivo que permite conocer la rama de actividades y evaluar el nivel de instrucción para definir el nivel de capacitación en la zona del Cantón Sucre.

Siguiendo con “Calidad y Gestión de Calidad en el Proceso Productivo y Administrativo de un frigorífico” se observa como los sujetos asocian calidad con atributos de calidad, productos libres de defecto, capacidad de satisfacción al cliente y estandarización de los procesos.

Por su parte en el “Análisis de la Competitividad del Turismo Comunitario y su Impacto Económico en la Parroquia Rural Pedro Pablo Gómez” concluyendo que el estudio pone en manifiesto que no cuenta con una buena promoción del turismo se menciona que el turismo contribuye al desarrollo socioeconómico de la parroquia y que las cascadas de La Cabuya, Maryland y la comuna Casas viejas tienen un potencial para desarrollar el turismo comunitario por su riqueza natural y cultural respectivamente. Pero a pesar de contar con todo este patrimonio natural y cultural no se ha desarrollado el turismo comunitario en una mayor proporción debido a las limitantes (escaso apoyo por parte de las autoridades, escaso conocimiento en el desarrollo de actividades turísticas, etc.).

Existe una gran rigidez y centralización en la toma de decisiones en la investigación “Estructura Organizacional y Desempeño Participativo en la “Asociación De Agricultores 11 De octubre”” como tampoco existe un plan de mejora en función del desempeño de los trabajadores lo que impide su desarrollo y crecimiento, asimismo, no se identifican métodos y técnicas apropiadas de evaluación del desempeño que potencialicen y fortalezcan el sistema de recursos humanos a fin de que el personal se motive y se comprometa

con el objetivo de la Asociación. Entonces, la Evaluación de Desempeño es un elemento esencial con el que detectar las necesidades de formación del puesto. Es una herramienta fundamental que se encarga de medir todos los parámetros profesionales dentro de la Asociación ya sea para solucionar conflictos, o para mejorar la productividad y formar al empleado. La estructura y la finalidad de buscar y obtener mayor coordinación de las actividades laborales para que trabajen conjuntamente en los proyectos.

En el trabajo “Exportación de Productos No Tradicionales del Ecuador a diferentes países” se expone que Ecuador muestra que la estructura de su comercio internacional depende de la situación agrícola y del abastecimiento de materias primas a mercados fijos. Desde principios de 1990, y durante dos décadas más, los ingresos de divisas del país han dependido en gran medida de la extracción de petróleo y del uso de productos tradicionales no petroleros, como el banano, el café o cacao. Dando como resultado obtenido y haciendo un enfoque más específico en relación a Ecuador, se sostiene que, la exportación de estos productos, de origen no tradicional, buscan mejorar los lazos y crecimiento que el país espera mantener.

En el caso de la “Estrategia de Gestión Administrativa en los Procesos Sustantivos de la Administración de Mercados Municipales de Jipijapa” se expone que el mercado municipal de Jipijapa carece de un sistema de control en el manejo administrativo que efectivice la toma de decisiones, evidenciándose en la desorganización e incumplimiento de los objetivos y normas técnicas. Existen falencias en los mecanismos de control, pese a que se cuenta con legislación para regular el funcionamiento, hacen falta procesos que integren el correcto uso y administración, lo que permitiría mantener un mercado aseado y un ambiente sano.

En el trabajo “Calidad de atención y satisfacción al usuario en el sector salud del Ecuador” se concluye que la atención al usuario presenta dificultades en la gran mayoría de los centros hospitalarios estudiados, esto debido tanto a la falta de recursos, normativas, capacitación de personal, infraestructura, o equipamiento. Concluyendo con este el capítulo uno del libro de memorias.

Capítulo II: Herramientas Tecnológicas en la Investigación Científica

Comienza el capítulo con el trabajo “Origen y Aspectos Económicos-Administrativos de las Criptomonedas” en donde se manifiesta que determinar la relación que existe alrededor de las Criptomonedas. La tecnología Blockchain nace en 1991, siendo utilizada por primera vez en 2009 para crear Bitcoin, la primera de muchas Criptomonedas que surgirían y que se les reconocería

como Altcoins. El sistema criptográfico de la tecnología Blockchain y la red distribuida con la que trabaja, son las que han brindado esa seguridad a muchos de los que hoy en día se mantienen en el mundo de las Criptomonedas.

Continúa la exposición de la “Irrupción del Blockchain y su Convergencia Tecnológica en Investigación de Mercados: Impactos Academia-Empresa en Ecuador” cuyos autores plantean que, en Ecuador, Big Data tiene más potencial de adopción dentro de la nación, sin embargo, Blockchain tiene un potencial limitado debido a la falta de conocimiento de la tecnología. Esto da como resultado que las empresas son menos propensas a comprometerse con contratos con tecnología disruptiva desconocidas. La influencia de la tecnología blockchain está siendo adoptada principalmente por la industria financiera para la mejora de sus procesos y servicios; sin embargo, también es factible su uso en otros sectores privados como el de la cadena de suministro, el legal, el sanitario, el social, el educativo, el energético y el de la sostenibilidad, donde son las empresas que basan sus modelos de negocio en el registro e intercambio de información y valor a través de cualquier tipo de actividad las que se enfrentan al mayor riesgo de ser impactadas económica y financieramente por la tecnología blockchain, a través de aplicaciones descentralizadas que buscan beneficiar a todos sus miembros. Este tipo de empresas deben buscar formas de reducir los riesgos de la tecnología, ya sea incorporándola o cambiando sus modelos de negocio.

Culmina el capítulo “La Estrategia del Salmón: Avatares y Desvelos de una Revista Económica” que explica que la revista economía persigue un pensamiento plural y diverso en la economía y en las ciencias sociales para responder con voces alternativas y críticas a los problemas y retos de la sociedad latinoamericana. Su objetivo primordial es ser un espacio editorial de encuentro y diálogo entre investigadores y académicos del campo de las ciencias sociales, para desarrollar propuestas y modelos alternativos emergentes; además de promover y difundir el pensamiento económico plural y diverso de la UCE —así como de investigadores y académicos externos a la institución, nacionales e internacionales—, que incluya voces críticas de la economía y de las ciencias sociales relacionadas con esta.

El Capítulo III: Finanzas y Economía como Herramientas de Desarrollo Investigativo, Político y Social se plantea primero el trabajo titulado “Turismo Sostenible en Ecuador: del Desarrollo Económico al Desarrollo Sustentable” que concluye que en Ecuador el turismo es un sector prioritario para la atracción de inversión nacional y extranjera, con fomento de las iniciativas locales y el reconocimiento de los derechos de la naturaleza para un desarrollo

sostenible. El turismo en las regiones donde se desenvuelve es un factor de desarrollo local determinante, al ser una actividad generadora de divisas, multiplicador del gasto del turista, y generadora de empleo, entre otros beneficios que trae consigo para el aumento de la calidad de vida en las comunidades.

En la “Dinámica De Consumo Y Mercadeo En El Ecuador Para La Copa Mundial De La FIFA Catar 2022” que aborda la temática del Mundial de Fútbol que es considerado uno de los eventos deportivos que convoca a la mayor cantidad de espectadores en el planeta, gracias a la interacción entre los medios de comunicación tradicionales y las tecnologías transmedia, las tendencias de consumo frente a la realización de este evento de escala global construyeron nuevas audiencias que exigen otro tipo de contenidos y eso genera un reto para los medios tradicionales. El estudio evidencia que todavía hay una correspondencia cercana con la televisión abierta, en este caso con transmisiones gratuitas, pero se incorporan otras formas que también son consumidas. Dadas las condiciones de la audiencia multitudinaria que convoca el certamen, las marcas no vinculadas directamente con la actividad deportiva, como las casas de apuestas o cervezas y gaseosas, encuentran en este evento la gran vitrina de auspicio para alcanzar públicos diversos. Las grandes inversiones determinan la importancia de este evento y la posibilidad de incidir en las costumbres de las audiencias globales.

El “Emprendimiento Sostenible y Sustentable en Ecuador” concluye que, a nivel gubernamental, de gobiernos seccionales y la academia, se debe promover la creación de emprendimientos sostenibles y sustentables, que colaboren con el medio ambiente, por otra parte, la innovación, es parte vital en la generación de emprendimientos, donde la tecnología tiene un papel preponderante. Por último, desde la academia y la vinculación con la sociedad, la capacitación a los emprendedores, ayudará a direccionar la generación de emprendimientos sostenible y sustentables.

Los autores de la “Modernidad Liquida o Realidad Gaseosa: Una Mirada desde el sector Empresarial” plantea que las necesidades de los clientes o consumidores del siglo XXI dominan el mercado empresarial global y se convierten en un desafío con una creatividad e innovación en constante cambio para lograr y superar los objetivos establecidos. Por lo tanto, el desafío de las empresas ecuatorianas es adaptarse a un diseño de negocio que enfatice la flexibilidad y adaptar el proyecto a los requerimientos necesarios que están limitados por los procesos tradicionales y el diseño jerárquico conservador. Ecuador permite evidenciar que la modernidad de la movilidad es una tendencia que brinda estrategias flexibles para adaptarse al entorno laboral en una

sociedad cambiante. La metáfora fluida, con el debido respeto al enfoque de Bowman, ya no es suficiente: el nanocontenido sale disparado como moléculas gaseosas y chocan entre sí para formar interminables carambolas de texto. Tampoco se excluye que mientras algunas sociedades están sumidas en una fase, otras se explican mejor con una metáfora diferente. (Sólido, líquido, gas, plasma)

En el trabajo “Estrategia de Internacionalización y Crecimiento de Mercado de fibra de coco de la Hacienda Ayampe” plantea la importancia de la internacionalización de las empresas se refleja en la necesidad de las mismas por buscar nuevos mercados y no depender solo de un mercado local, es necesario ampliar y aprovechar los recursos que en la actualidad se desaprovechan por falta de conocimiento. La implementación de las estrategias requiere de constancia, conocimiento y procesos de expansión definidos y sistemáticos. La invención de productos que marquen una tendencia en el mercado es una muy buena forma de entrar en nuevos mercados; ya que existen varias formas de fortalecer una empresa que quiera surgir y salir del mercado local, como lo son el aprovechamiento de los recursos naturales a los que podría acceder para elaborar diferentes productos a menores y mejores costos.

En la “Percepción de la ciudadanía con relación a la gestión de las instituciones gubernamentales y la necesidad de gestionar eficientemente la percepción de las entidades gubernamentales: “Un estudio descriptivo en el Ecuador”” los autores reflejan la realidad actual del grado de identificación y/o percepción favorable que los ciudadanos ecuatorianos poseen de la gestión de las entidades públicas; y en el global, los niveles de identificación y/o percepción favorable en este estudio longitudinal están por debajo del 40%. Vale precisar que, algunas cuestiones de interés precisarían estudios complementarios, como por ejemplo la correlación que hay entre la percepción y la propaganda o publicidad oficial, y estas en relación a las variables nominales, cuantitativas y ordinales del presente análisis: edad, grado instruccional, zona de residencia, ingresos, género, etc. Es así que este estudio podría ser el inicio para que, en futuras investigaciones, se viabilicen hacia el estudio de este fenómeno de identificación escasamente abordado.

En el tema “Universidad Transferencia De Conocimiento-Tecnología E Innovación” los autores concluyen que, en definitiva, la transferencia de tecnología es un proceso beneficioso para los actores involucrados, permite a la Universidad la posibilidad de aplicación del conocimiento desarrollado en las aulas o laboratorios, además de una retribución económica. La innovación no es un proceso aislado y requiere de varios actores involucrados, las empre-

sas necesitan de la universidad, tanto como las universidades requieren a la empresa, todo esto dentro de un marco de acción de mutuo beneficio implementado por el Estado.

Las TIC, Determinantes en la Mejora de la Cultura Tributaria del Cantón Jipijapa expresan que la cultura tributaria que muestran los habitantes del cantón Jipijapa nos deja mucho que desear, de manera que es importante que se active a través de las TIC herramientas determinantes que logren mejorar el comportamiento humano en relación a sus responsabilidades tributarias y también esto ayudara al crecimiento de sus negocios en lo relacionado a ventas y mejoras en la atención a sus clientes. De tal manera que se ve la importancia de incluir en forma de “costumbre” el uso de las herramientas TIC ya que estas con una correcta y adecuada gestión, uso o manejo permitirán que los ciudadanos puedan organizar, controlar, y ejecutar con mayor eficiencia sus actividades tributarias.

En la publicación “Educación Vial y Estrategias Didácticas Aplicadas” exponen que conducir un medio de transporte, requiere de una gran responsabilidad, por ello desde los inicios de la conducción de vehículos, se han establecido, incorporando y actualizado, normas y reglamentos para preservar la vida tanto de los conductores de vehículos como transeúntes, ya que conducir un vehículo automotor implica un riesgo, por ello es indispensable educar al conductor sobre las diferentes leyes de tránsito para evitar infracciones y cometer una imprudencia que pueda ocasionar un siniestro. Las estrategias viales van direccionadas a una vigilancia constante del parque automotor (condiciones del medio de transporte), así como de las actitudes de manejo de una persona al frente de un volante (exámenes médicos, visuales) y la aplicación de multas y castigos aleccionadores para los imprudentes al volante.

Capítulo IV: La Educación, Oportunidades y Retos en las Áreas de Emprendimiento e Innovación comienza con “Incidencia de los hábitos de estudio en el Rendimiento Académico” se concluye que existe un porcentaje promedio de estudiantes presentan que su desempeño es óptimo en las sesiones de clases dictadas en los alumnos de séptimo grado de la Unidad Educativa José Luis Chancay, además de contar con un ambiente adecuado para realizar las tareas escolares. Un porcentaje considerado de alumnos no tienen hábitos de estudios porque no disponen de un ambiente adecuado para el desarrollo de sus actividades académicas. Además, se observa que los alumnos no realizan una buena distribución de su horario de actividades, por los elementos externos que dificultan como la distracción por el ruido durante el proceso.

En la “Aplicación de la herramienta powtoon y el aprendizaje significativo de lengua y literatura” se concluye que con el avance de las herramientas tecnológicas han variado las formas de adquirir y transmitir los conocimientos en las aulas de clases para obtener un aprendizaje significativo. La herramienta Powtoon es una oportunidad para los docentes y recursos o técnicas para los estudiantes sobre todo en la utilización de las distintas narrativas digitales aplicadas se puede señalar la que más ha sido relevante para fortalecer el desempeño en los estudiantes en lengua y literatura.

Culmina con “La Práctica del Valor de la Responsabilidad y su Incidencia en el Rendimiento Escolar de los alumnos del cuarto año básico” en donde se recomienda que se debe ser empáticos y enseñar valores a los estudiantes porque en la actualidad estos se han perdido para obtener mejores resultados con los estudiantes se realizó actividades con videos, motivándolos para que sean en el hogar o en la institución educativa en las que se reflejan dichos valores.

En los 4 capítulos en los que se distribuyen este conjunto de memorias investigativas compone un camino de valores científicos en donde no solo se expone y se discuten los temas de interés en el espacio académico y además proporciona un camino en donde se puede conocer cuál es el interés científico de la comunidad académica y por donde sería el camino de conocimiento adquirido y el conocimiento por adquirir.

Sigue siendo un mecanismo prodigioso para difundir el conocimiento y potenciar la academia desde la interacción de ideas y el descubrimiento de los problemas de investigación que se hacen necesarios abordar en la comunidad científica.

**Economía Circular,
Finanzas,
Emprendimiento e
Innovación**

**III Congreso Internacional de Administración,
Finanzas, Emprendimiento e Innovación**



Publicado en Ecuador
marzo del 2023

Edición realizada desde el mes de diciembre del 2022 hasta
marzo del año 2023, en los talleres Editoriales de MAWIL
publicaciones impresas y digitales de la ciudad de Quito.

Quito – Ecuador

Tiraje 30, Ejemplares, A5, 4 colores; Offset MBO
Tipografía: Helvetica LT Std; Bebas Neue; Times New Roman.
Portada: Ilustración de Ediones MAWIL.

1^{ra} edición



Economía Circular, Finanzas, Emprendimiento e Innovación

AUTORES INVESTIGADORES

Olga Quiñonez Guagua
Anghelo Guerrero Quiñonez
Nathaly Guerrero Quiñonez
Yonaiker Navas Montes
Diego Melo Pérez
Wilson Germán Nieto Aguilar
Iván Aldaz Yépez
Andrés Luna Montalvo
Jeannina Maribel Minga Ayabaca
Harold Stalin Quiñonez Francis
Mirian Noirmandy Quiñonez Francis
Gema Viviana Carvajal Zambrano
Frank Ángel Lemoine Quintero
Eduardo Antonio Caicedo Coello
María Del Mar Hidalgo Cedeño
Diana Katuska Peña Ponce
Luis Anderson Argothy Almeida
Mishell Córdova
Hebandreyra González García
Andrés Ultreras Rodríguez
José David Martínez Castro
Liberato Cervantes Martínez
Cynthia Michel Olguín Martínez
Rubén Darío Ramos Grijalva
Lourdes Ortega Maldonado
Jorge Ignacio Chiriboga Molina
Betty Janeth Soledispa Cañarte

Tibisay Milene Lamus De Rodríguez
Erick Joel García-Parrales
Karina Lourdes Santistevan Villacreses
Jonathan José Domínguez Vélez
Ángel Fortunato Bernal Álava
Ricardo Antonio Solorzano Abata
Blanca Soledad Indacochea Ganchozo
Isabel Mariana Flores Anchundia
William Patricio Proaño Ponce
Robinson Jesús Cedeño Laz
Lady Tatiana Catagua Lucas
Erika Alexandra Delgado Orlando
Yomira Lilibeth Solis Barreto
Cristian Rogelio Cañarte Vélez
Ángela Mercedes Cedeño Bermello
Christian Rafael Orozco Suárez
Patric Hollenstein
Candy Mariela Cedeño Fariás
Ivonne Roxanna Chong Delgado
Fanny Patricia Chica Fariás

ISBN: 978-9942-622-49-5



© Reservados todos los derechos. La reproducción parcial o total queda estrictamente prohibida, sin la autorización expresa de los autores, bajo sanciones establecidas en las leyes, por cualquier medio o procedimiento.

CREATIVE COMMONS RECONOCIMIENTO-NO-COMERCIAL-COMPARTIRIGUAL 4.0.

Economía Circular, Finanzas, Emprendimiento e Innovación

