

Jacqueline Bacilio Bejeguen

MEMORIAS, IV CONGRESO INTERNACIONAL UPSE FCA - 2022



MEMORIAS, IV CONGRESO
INTERNACIONAL UPSE FCA - 2022

CONSELHO EDITORIAL

André Luiz V. da Costa e Silva

Cecilia Consolo

Dijon De Moraes

Jarbas Vargas Nascimento

Luís Augusto Barbosa Cortez

Marco Aurélio Cremasco

Rogério Lerner

MEMORIAS, IV CONGRESO INTERNACIONAL UPSE FCA - 2022

Coordinación general

Jacqueline Bacilio Bejegen

Centro de Investigación, emprendimiento e innovación

Coordinación de investigación

José Palacios Menéndez, Homero Rodríguez Insuasti, Myrian Sarabia
Molina, Gladys Vélez García e Jhonny Yumisaca Tiquinga

Memorias, IV Congreso Internacional UPSE FCA – 2022

© 2023 Jacqueline Bacilio Bejeguén

Editora Edgard Blücher Ltda.

Publisher Edgard Blücher

Editores Eduardo Blücher e Jonatas Eliakim

Coordenação editorial Andressa Lira

Produção editorial Aline Fernandes

Diagramação Joyce Rosa

Capa Laércio Flenic

Imagem da capa iStockphoto

Blucher

Rua Pedroso Alvarenga, 1245, 4º andar

04531-934 – São Paulo – SP – Brasil

Tel.: 55 11 3078-5366

contato@blucher.com.br

www.blucher.com.br

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin autorización escrita del editor.

Todos los derechos reservados por
Editora Edgard Blücher Ltda.

Datos de catalogación internacional en publicación (CIP)

Angélica Ilacqua CRB-8/7057

Congreso Internacional UPSE FCA (4. : 2022 : Ecuador)

UPSE - Memorias / -- São Paulo : Blucher, 2023.

364 p.

Bibliografía

ISBN 978-65-5550-205-3 (online)

1. Economía 2. Turismo 3. Negocios

23-0553

CDD 330

Índices para catálogo sistemático:

1. Economía

PROLOGO

MEMORIAS, IV CONGRESO INTERNACIONAL UPSE FCA 2022

El Sistema de Educación constituye la base primordial para la construcción del tejido social positivo de los pueblos; y, la educación superior en el campo de la tecnología, de las ciencias y de la investigación científica, está llamada a marcar el antes y después en el desarrollo de la sociedad. En nuestro País el Ecuador, tales principios y objetivos son protegidos por la Constitución, la que manifiesta que el Sistema de Educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional, con visión científica y humanística ... y la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo, entre otras.

En este marco y atendiendo a unos de sus principales fines que constan en su Estatuto, como es el de presentar propuesta para buscar la solución de los problemas de la región y del país, la Universidad Estatal “Península de Santa Elena”, organizó y desarrolló el IV CONGRESO INTERNACIONAL UPSE - FCA - 2022, con el fin de investigar, evaluar, diagnosticar y presentar propuestas de solución a los múltiples problemas del Ecuador y particularmente en el área de su pertinencia, esto es la Provincia de Santa Elena.

Los diversos temas desarrollados en el campo del servicio público, del desarrollo industrial, comercial y turístico, como también sobre el impulso a el emprendimiento, han sido claramente expuestos por los proponentes y expositores en el referido congreso internacional, cuyas memorias recogemos en este trabajo, puesto que constituyen una herramienta de obligada consulta y dirección para los diversos organismos del estado, a nivel nacional y seccional, y también para los diferentes Gobiernos Autónomos Seccionales a nivel Provincial, Cantonal y Parroquial.

La Universidad Estatal “Península de Santa Elena”, una vez más a través de este congreso, aporta positivamente para la transformación socio-económica que precisa nuestra micro Región, mucho más ahora cuando el ciudadano peninsular y ecuatorianos todos, asistimos a un cambio de época, marcada por la revolución tecnológica en el campo de la informática, las consecuencias de las pandemias, especialmente el covid-19 y la creciente inseguridad ciudadana.

La Educación Superior es un derecho de los pueblos libres; y, la libertad de los pueblos se consigue solo con el conocimiento generado en la Academia.

FIRMAN LOS AUTORES

CONTENIDO

1. TELETRABAJO Y SALUD OCUPACIONAL DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DEL ECUADOR. CASO DE ESTUDIO: GAD PROVINCIAL SANTA ELENA	17
RESUMEN (ABSTRACT)	17
1.1 INTRODUCCIÓN	18
1.2 MÉTODOS	21
1.3 RESULTADOS	23
1.4 DISCUSIÓN	25
1.5 CONCLUSIONES	26
BIBLIOGRAFÍA	27
2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS NEGOCIOS: RÉGIMEN RIMPE EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES	29
RESUMEN	30
INTRODUCCIÓN	31
2.1 MARCO TEÓRICO	33
2.2 MATERIALES Y MÉTODOS	37
2.3 RESULTADOS	38
CONCLUSIONES	40
BIBLIOGRAFÍA	41

3. ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LAS TENDENCIAS GLOBALES EN INVESTIGACIÓN SOBRE MICROFINANZAS USANDO LA BASE DE DATOS SCOPUS	43
RESUMEN	43
RESUMO	44
ABSTRACT	44
3.1 INTRODUCCIÓN	45
3.2 MÉTODO	46
3.3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47
3.4 CONCLUSIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
4. ANÁLISIS DEL COVID-19, IMPACTO EN EL TURISMO DE LAS COMUNAS OLON Y AYANGUE PERTENECIENTES A LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, EN EL PERÍODO DEL 2020-2022	57
RESUMEN	57
ABSTRACT	58
INTRODUCCIÓN	59
IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO	61
MÉTODOS Y MATERIALES DE LA INVESTIGACIÓN	63
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	64
CONCLUSIONES	64
BIBLIOGRAFÍA	65
LINKOGRAFÍA	66
5. PRODUCCIÓN DE HUEVOS DE CODORNIZ COMO APOORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO, PROVINCIA DE SANTA ELENA QUAIL EGGS PRODUCTION AS A CONTRIBUTION TO ECONOMIC DEVELOPMENT, PROVINCE OF SANTA ELENA	67
RESUMEN	67
ABSTRACT	68
INTRODUCCIÓN	68
5.1 REVISIÓN LITERARIA	69
5.2 ESTUDIO DE MERCADO	71
5.3 METODOS	72

5.4 MATERIALES Y MÉTODOS	73
5.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	74
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	76
CONCLUSIONES	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80

6. CONTRIBUTION OF SMES IN THE AQUACULTURE SECTOR OF THE GUAYAS PROVINCE TO THE DEVELOPMENT OF ECUADOR, 2017 - 2021

CONTRIBUIÇÃO DAS PMES DO SETOR AQUÍCOLA DA PROVÍNCIA DE GUAYAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO EQUADOR, 2017 - 2021

	83
ABSTRACT	85
6.1 INTRODUCCIÓN	86
6.2 BREVE RESEÑA SOBRE LA ACUICULTURA	87
6.3 PLANTEAMIENTO HIPOTÉTICO	89
6.4 MATERIALES Y MÉTODOS	92
DISCUSIÓN	94
CONCLUSIONES	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95

7. EL IMPACTO SOCIOECONOMICO DE LA CONGESTION VEHICULAR EN LAS PRINCIPALES VIAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

	97
ABSTRACT	97
INTRODUCCIÓN	98
7.1 METODOLOGIA	99
7.2 MÉTODOS	100
7.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS	103
CONCLUSIONES	105
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	106

8. CLIMA LABORAL Y LA PRODUCTIVIDAD EN EL ÁMBITO MERCANTE	107
8.1 CLIMA LABORAL Y LA PRODUCTIVIDAD EN EL ÁMBITO MERCANTE	108
8.2 MARCO TEÓRICO	108
8.3 MATERIALES Y MÉTODOS	111
8.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS	111
CONCLUSIONES	114
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	115
ABSTRACT	115
9. “DESARROLLO ECOTURÍSTICO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA COMUNA DE OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA” “ECOTOURISM FOR THE DIVERSIFICATION OF THE COMMUNE TOURIST OFFER, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCE OF SANTA ELENA”	117
ABSTRATO	117
ABSTRACT	118
9.1 DESARROLLO ECOTURÍSTICO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA COMUNA DE OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA	119
9.2 MÉTODO	120
RESULTADOS	122
DISCUSIÓN	124
CONCLUSIONES	125
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	125
10. ¿EL MICROCRÉDITO EMPODERA A LAS MUJERES?	129
RESUMEN	129
RESUMEN	130
10.1 INTRODUCCIÓN	130
10.2 MARCO TEÓRICO	131
10.3 MATERIALES Y MÉTODOS	132

10.4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN	132
10.5 DISCUSIÓN	136
CONCLUSIONES	137
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	137

11. EVOLUCIÓN FINANCIERA DE LOS GRUPOS DE AHORRO Y CRÉDITO EN SANTA ELENA, ECUADOR **139**

RESUMEN	139
RESUMEN	140
11.2 PERSPECTIVA TEÓRICA	142
11.3 MATERIALES Y MÉTODOS	144
11.4 RESULTADOS	145
11.5 DISCUSIÓN	148
11.6 CONCLUSIONES	149
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	150

12. ANÁLISIS DE LOS FACTORES ECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN QUE INFLUYEN EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL ECUADOR **ANALYSIS OF THE ECONOMIC FACTORS OF PRODUCTION THAT INFLUENCE THE ENTERPRISES OF ECUADOR** **153**

RESUMEN	153
ABSTRACT	155
RESUMO	156
12.1 INTRODUCCIÓN	157
12.2 ENFOQUE METODOLÓGICO	158
12.3 DESARROLLO	160
12.4 CONCLUSIÓN	167
12.5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	168

13. MODELO DE NEGOCIO CON ECONOMÍA CIRCULAR **171**

RESUMEN	171
INTRODUCCIÓN	172
13.1 DESARROLLO	175

13.2 MATERIALES Y MÉTODOS	177
13.3 RESULTADOS	178
13.4 DISCUSIÓN	178
CONCLUSIONES	179
ABSTRACT	179
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	180
14. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN EL MARCO DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS CIRCULARES	183
RESUMEN	183
INTRODUCCIÓN	184
14.1 MATERIALES Y MÉTODOS	185
14.2 RESULTADOS	186
14.3 DISCUSIÓN	191
CONCLUSIONES	192
ABSTRACT	193
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	193
15. ECONOMÍA CIRCULAR, UN FACTOR DE DESARROLLO SOSTENIBLE	195
RESUMEN	195
INTRODUCCIÓN	196
15.1 MATERIALES Y MÉTODOS	198
15.2 RESULTADOS	199
15.3 DISCUSIÓN	203
CONCLUSIONES	203
ABSTRACT	204
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	204
16. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN MARKETING PARA LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	207
RESUMEN	207
ABSTRATO	208

16.1 INTRODUCCIÓN	209
16.2 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN: MARKETING DIGITAL EN LA GESTIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.	210
16.3 IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DIGITALES EN LA GESTIÓN DE LAS PYMES	212
16.4 ENFOQUES PARA EL ANÁLISIS DEL MARKETING DIGITAL EN LA GESTIÓN DE LAS PYMES	214
16.5 HALLAZGOS RESULTANTES DE LA REVISIÓN	215
16.6 DISCUSIÓN E IMPLICANCIAS PARA FUTURAS INVESTIGACIONES	218
16.7 CONCLUSIONES	223
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	224
17. SIGNIFICADO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: FORMACIÓN ACADÉMICA Y PRAXIS GERENCIAL	229
RESUMEN	229
RESUMO	230
17.1 INTRODUCCIÓN	232
17.2 REVISIÓN DE LA LITERATURA	234
17.3 METODOLOGÍA	238
17.4 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	243
17.5 CONCLUSIONES	245
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	246
18. MEJORA CONTINUA BASADA EN LA FILOSOFÍA KAIZEN, UNA VISIÓN PARA LAS MIPYMES EN SANTA ELENA	251
RESUMO	251
RESUMEN	252
18.1 INTRODUCCIÓN	253
18.2 PROYECTOS CONSIDERADOS	257
18.3 RESULTADOS	257
ABSTRACT	259
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	259

19. INTELIGENCIA ARTIFICIAL: ¿FUTURO O PRESENTE DEL TURISMO?	261
RESUMEN	261
ABSTRAC	262
19.1 INTRODUCCIÓN	262
19.2 MATERIALES Y MÉTODOS	264
19.3 RESULTADOS	265
19.4 DISCUSIÓN	271
CONCLUSIONES	272
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	273
20. EMPRENDIMIENTO JUVENIL COMO HERRAMIENTA DEL DERECHO AL TRABAJO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA - ECUADOR	
YOUTH ENTREPRENEURSHIP AS A TOOL OF THE RIGHT TO WORK IN THE PROVINCE OF SANTA ELENA- ECUADOR	277
RESUMEN	278
ABSTRACT	278
20.1 INTRODUCCIÓN	279
20.2 MATERIALES Y MÉTODOS	285
20.3 RESULTADOS	286
CONCLUSIONES	288
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	289
21. ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO, UNA VISIÓN PARA LAS EMPRESAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA	291
RESUMEN (ABSTRACT)	291
INTRODUCCIÓN	292
21.1 MATERIALES Y MÉTODOS	293
21.2 DISCUSIONES Y RESULTADOS	294
21.3 CONCLUSIONES	297
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	298

22. ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN DE LOS DETERMINANTES DEL DESEMPLEO FEMENINO EN EL ECUADOR	301
ABSTRACT	301
22.1 INTRODUCCIÓN	302
22.2 DESARROLLO	310
CONCLUSIONES	313
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	314
23. FACTORES DESENCADENANTES DEL FRACASO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA FACTORS TRIGGERING THE FAILURE OF ENTERPRISES IN THE PROVINCE OF SANTA ELENA	317
RESUMEN	317
ABSTRACT	319
INTRODUCCIÓN	320
23.1 EL EMPRENDIMIENTO	321
23.2 EMPRENDEDORES	322
23.3 IMPORTANCIA DE LOS EMPRENDEDORES EN LA SOCIEDAD	323
23.4 FACTORES QUE AFECTAN EL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR	324
23.5 METODOLOGÍA A DESARROLLAR	324
RESULTADOS	325
CONCLUSIONES	328
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	328
24. “PLAN ESTRATÉGICO PARA LA MEJORA CONTINUA DEL GADMCLL EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022”	331
RESUMEN	331
24.1 INTRODUCCIÓN	332
24.2 METODOLOGÍA	337
24.3 RESULTADOS	339
CONCLUSIONES	341
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	342

25. REVISIÓN SISTEMÁTICA DEL CRECIMIENTO DEL E-COMMERCE EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES) DEL ECUADOR	345
RESUMEN	345
25.1 INTRODUCCIÓN	346
25.2 MARCO TEÓRICO	347
25.3 METODOLOGÍA	350
25.4 RESULTADOS DE REVISIÓN	351
25.5 ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO	357
CONCLUSIONES	361
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	362

CAPÍTULO 1

TELETRABAJO Y SALUD OCUPACIONAL DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DEL ECUADOR. CASO DE ESTUDIO: GAD PROVINCIAL SANTA ELENA

Shirley Flores Gómez, ESPE
Jacqueline Bacilio Bejeguen¹

RESUMEN (ABSTRACT)

El teletrabajo en Ecuador tomó fuerza en los años 2020-2021 a consecuencia de la pandemia Covid-19, las instituciones públicas implementaron esta modalidad de trabajo y los teletrabajadores se adaptaron a pesar de no tener un ambiente laboral adecuado, este trabajo de investigación tiene como objetivo proponer protocolos de teletrabajo para cuidar la salud ocupacional de los servidores públicos el GAD Provincial de Santa Elena. Metodológicamente se desarrolló con enfoque cuanti-cualitativo, diseño no experimental, exploratorio y descriptivo; se aplicaron encuestas y entrevistas para la recolección de datos. En los resultados se determinó que existieron efectos que alteraron la salud física y mental del teletrabajador como consecuencia de las condiciones de riesgo físico, ergonómico y psicosocial. Se concluye la necesidad

¹ orcid.org/0000-0002-7071-1129, USPE Centro de Investigación, emprendimiento e innovación.

de priorizar la actualización, diseño e implementación de instrumentos institucionales que viabilicen la aplicación de los protocolos propuestos para prevenir los riesgos laborales que pudieren presentarse en el ejercicio de las funciones en su entorno familiar-laboral.

Palabras Clave:

Riesgos laborales, salud ocupacional, teletrabajo, instituciones públicas

1.1 INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de la Salud a través de su director general en su discurso del 11 de marzo de 2020, indicó “hemos llegado a la conclusión que la COVID-19 puede considerarse una pandemia” (2020), por lo tanto, se implementaron medidas de confinamiento para enfrentar este nuevo escenario administrativo a nivel mundial denominado “teletrabajo”.

El teletrabajo es una modalidad laboral que nació en la década de los años setenta en Estados Unidos, según lo manifiesta (2020), la Organización Internacional del Trabajo en su Guía Práctica del Teletrabajo durante la pandemia de COVID-19 y después de ella (2020) define al teletrabajo como “el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones – como teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras portátiles y de escritorio – para trabajar fuera de las instalaciones del empleador”.

El teletrabajo en Ecuador se encuentra normada desde el año 2016; en el contexto de la pandemia de COVID-19 su aplicación se generaliza, especialmente en el sector público se implementa el teletrabajo emergente de forma obligatorio; según los indicado en el Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-076 del 12 de marzo de 2020 teletrabajo es:

Prestación de servicios de carácter no presencial en jornadas ordinarias o especiales de trabajo, a través de la cual la o el servidor público o la o el trabajador realiza sus actividades fuera de las instalaciones en las que habitualmente desarrolla sus actividades laborales (2020).

La salud ocupacional está definida por la (1995) como una actividad multidisciplinaria dirigida a promover y proteger la salud de los trabajadores mediante la prevención y el control de enfermedades y accidentes y la eliminación de los factores y condiciones que ponen en peligro la salud y la seguridad en el trabajo, citado por Martínez & Yandún (2017). Los autores Arango Et. al. (Arango Soler, Correa Moreno, & Luna García, 2020) menciona que es un esfuerzo multidisciplinar en prevenir la aparición de contingencias laborales (accidentes de trabajo y enfermedades profesionales), reparar las consecuencias de las mismas y encontrar los factores que explican las causas de las alteraciones en la salud y las prácticas. La autora Gavidia “plantea que la salud ocupacional representa un conjunto de acciones multi y transdisciplinarias,

cuyo propósito es controlar y prevenir cualquier factor que afecte la seguridad y la salud de los trabajadores” (2017).

La posibilidad que un trabajador sufra un determinado daño derivado del trabajo es denominado riesgo laboral, el mismo que se lo califica desde el punto de vista de su gravedad y severidad (2020), por lo cual entre más factores de riesgo exista, también habrá mayores posibilidades que se produzca enfermedades profesionales. Los factores de riesgo de las enfermedades profesionales u ocupacionales han sido clasificadas de acuerdo al Reglamento del Seguro General de Riesgos de Trabajo en: químico, físico, biológico, ergonómico y psicosocial (2016). En el presente estudio se analiza los factores de riesgo ergonómico, físico y psicosocial.

Los factores de riesgo ergonómicos están relacionados a malas posturas, sobrecarga laboral, fatiga por esfuerzo continuo y estrés mantenido (2019). Los riesgos físicos denominados al conjunto de factores ambientales de naturaleza física como el ruido, temperatura, ventilación, iluminación, radiaciones, vibraciones que al entrar en contacto con los trabajadores pueden tener efectos nocivos sobre la salud (2020). Los riesgos psicosociales son aquellos que están originados por una deficiente organización y gestión de las tareas y por un entorno social negativo, además pueden afectar a la salud física, psíquica o social del trabajador al producir situaciones de estrés laboral (2020).

La Organización Internacional del Trabajo define como enfermedad profesional a “cualquier enfermedad contraída como consecuencia de la exposición a factores de riesgo derivada de la actividad laboral” (2021) En el Ecuador se ha determinado a través del Reglamento del Seguro General de Riesgos de Trabajo como “afecciones crónicas, causadas de una manera directa por el ejercicio de la profesión u ocupación que realiza el trabajador y como resultado de la exposición a factores de riesgo, que producen o no incapacidad laboral (IESS, 2016).

El Código Electrónico de Prevención de Riesgos Laborales del Gobierno de España conceptualiza la prevención como el “conjunto de actividades o medidas adoptadas o previstas en todas las fases de actividad de la empresa con el fin de evitar o disminuir los riesgos derivados del trabajo” (2021).

La Constitución de la República del Ecuador protege los derechos de los trabajadores tal como lo indica el Art. 326, Num. 5: “Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud integridad, seguridad, higiene y bienestar” (Asamblea Constituyente, 2008), en el mismo sentido lo contempla la LOSEP en el Art. 23 Lit.l). Con Decreto Ejecutivo del año 1986 se promulgó el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores, en el Art. 5 Num. 2 otorga al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social la responsabilidad de “vigilar el mejoramiento del medio ambiente laboral y de la legislación relativa a prevención de riesgos profesionales (...)” (Decreto Ejecutivo 2393, 1986).

De la misma forma, el Ministerio de Trabajo expidió directrices para viabilizar el teletrabajo, en los primeros meses de la pandemia, fue de aplicación obligatoria para las instituciones públicas que no formaban parte de las áreas estratégicas o que debían

atender la contingencia en primera línea. Para las empresas privadas se le permitió su implementación a potestad de los empleadores, según se indica el Art. 4 Lit. a) del Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-076 “La máxima autoridad institucional del sector público o empleador del sector privado, autorizará prestar sus servicios desde fuera de las instalaciones habituales de trabajo precautelando la prestación y operatividad de servicios” (2020). Con Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2022-035 se expide la Norma Técnica para regular la modalidad de teletrabajo en el sector público, con la que se permite “aplicar únicamente a los trabajadores y servidores públicos cuyas actividades laborales lo permitan de acuerdo con su naturaleza” (2022), priorizando a las personas en condiciones de vulnerabilidad.

La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible para América Latina y el Caribe presentado por las Naciones Unidas, contempla el objetivo 8 con su respectiva meta que consiste en “proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores (...)” con lo que se fortalece la necesidad de viabilizar la modalidad de teletrabajo de forma permanente como un mecanismo para precautelar la salud ocupacional de los trabajadores en general.

En el marco normativo nacional encontramos derechos laborales que velan por el bienestar y salud de los trabajadores, la Constitución del Ecuador establece en el Art.33 “(...) El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado” (Asamblea Constituyente, 2008),

El Gobierno Nacional a través del Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025 señala como primer objetivo del eje económico “Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales” (Secretaría Nacional de Planificación, 2021) lo que destaca un gran interés de generar nuevos empleos y mejorar las condiciones del entorno laboral con una política de perfeccionamiento de modalidades contractuales.

En la Ley Orgánica del Servicio Público que regula las relaciones laborales para las personas que trabajan en el sector público, establece como un derecho para los servidores públicos “desarrollar sus labores en un entorno adecuado y propicio que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar” (Asamblea Nacional, 2010), ley que ampara a los servidores públicos del GAD Provincial de Santa Elena.

En el presente año con Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2022-035, el Ministerio de Trabajo expidió la norma técnica para regular la modalidad de teletrabajo en el sector público, con el que se aprueba su aplicación para los trabajadores y servidores públicos cuyas actividades laborales lo permitan, y para ello se deberá priorizar a las siguientes personas:

- a. Mujeres embarazadas.
- b. Mujeres en período de maternidad o de lactancia.
- c. Personas con discapacidad igual o mayor al 30%.

- d. Quienes tuvieran a su cargo el cuidado de una persona con discapacidad severa determinada por la autoridad competente.
- e. Personas con enfermedades catastróficas
- f. Personas adultas mayores (MDT, 2022)

Con estos antecedentes en Ecuador se generalizó el teletrabajo como una alternativa para laborar desde los hogares, situación que los trabajadores tuvieron que adaptarse rápidamente sin la planificación y preparación debida, se encontraron ante la incertidumbre y retos para desempeñar sus funciones en situaciones adversas, quienes contaban con equipos e infraestructura básica del hogar en el mejor de los casos, se vieron en la necesidad de mejorar o adquirir más equipos tecnológicos para satisfacer las necesidades de toda la familia, y aquellos que por la recesión económica propia de la pandemia no pudieron adquirir más equipos, se vieron obligados a compartir los que tenían.

En teletrabajo, el desarrollo de actividades laborales en condiciones adversas puede ocasionar efectos en la salud ocupacional de los teletrabajadores, tanto problemas físicos como psicológicos, así lo menciona Serra cuando indica que el home-office puede provocar un aumento de riesgo ergonómico asociado a posturas estáticas sedentes, con implicaciones musculoesqueléticas (Serra, 2020) y complementa Venegas & Leyva indicando que la fatiga y carga mental necesitan ser vigiladas dado que en extremo amenazan la calidad de vida laboral (Venegas & Leyva, 2020).

Ante la identificación de problemas de salud en la elaboración de teletrabajo, el presente estudio investigativo propone protocolos de teletrabajo para cuidar la salud ocupacional de los servidores públicos específicamente en este caso de Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena, identificando los factores que incidieron en la salud ocupacional con la finalidad de mejorar las condiciones físicas y psicosociales de los teletrabajadores, de prevenir los riesgos físicos, ergonómicos y psicosociales que afectan la salud física y mental de los teletrabajadores, fortaleciendo la modalidad del teletrabajo considerando que la salud ocupacional es parte de los procesos de la gestión de las Unidades de Administración de Talento Humano en las instituciones públicas, tal como lo indica el Reglamento de la Ley Orgánica del Servicio Público (2011) y potenciarlo como una alternativa sostenible para las organizaciones que buscan diversificar servicios y reducir costos operacionales.

1.2 MÉTODOS

Se aplicó a los servidores públicos regidos por la Ley Orgánica del Servicio Público – LOSEP que realizaron teletrabajo durante la pandemia del coronavirus en los años 2020-2021, del GAD Provincial de Santa Elena, ubicado en Santa Elena – Ecuador, se enmarcó en el área de “Desarrollo del Talento Humano” por tratarse un tema que contribuye a mejorar las condiciones laborales del talento humano. Con un enfoque cuali-cuantitativo se presenta el punto de vista subjetivo de los entrevistados y encuestados, además se complementó con la información estadística de las encuestas.

Mediante el estudio exploratorio y descriptivo se analizó y se expone información de investigaciones previas relacionadas a los efectos o consecuencias que ha dejado el teletrabajo a nivel internacional y nacional. Se identificó base normativa, legal y conexa que rige dentro del ámbito de estudio. El análisis se desarrolla considerando el método deductivo para relacionar el estado del arte sobre el tema estudiado, de igual forma se emplea el método inductivo para el análisis de los resultados de la muestra y su proyección hacia todos los servidores públicos.

Se desarrolló sobre la base del diseño no experimental en razón que no se manipuló las variables de investigación de forma deliberada y se realizó la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos a los servidores públicos del GAD Provincial de Santa Elena dentro del período de tiempo de dos meses, para identificar las causas, efectos y la correlación de las variables.

Materiales

Para el desarrollo de la recolección de datos se emplearon técnicas mixtas:

Cuantitativa, se diseñó una encuesta con preguntas cerradas, mediante una escala de Likert, para recopilar información de las variables independiente y dependiente a través de formularios de Google Form con el apoyo y difusión de la Unidad de Talento Humano del GAD Provincial de Santa Elena, la misma que se encuentra alojada en el siguiente link:

https://docs.google.com/forms/d/11YxTiaolFUIUhgcyCWATbdPZ_1tJuZwx_fm-CM32OC0U/edit.

Cualitativa, se ejecutó la entrevista semiestructurada se buscó información de los casos de enfermedades que se han presentado en los servidores públicos y las incidencias en los años de estudio, dirigida al Médico Ocupacional y Jefe de Talento Humano de la institución, realizadas de forma presencial en las oficinas de la institución y con la aplicación de preguntas abiertas tendientes a obtener información más detallada sobre el caso de estudio.

De igual forma se recopiló información primaria en el GAD Provincial como los distributivos de remuneraciones del personal, lo que permitió determinar la población y analizar las variables de estudio.

Participantes

La población de estudio está segmentada para 113 servidores públicos del GAD Provincial de Santa Elena, pertenecientes a las Unidades Administrativas del nivel directivo, asesor y de apoyo. Se excluye a las máximas autoridades y servidores públicos del nivel operativo, en razón que realizan trabajo de campo dentro de los procesos gobernante y agregadores de valor. Dentro de la población se incluye a dos funcionarios públicos entrevistados.

El tamaño de la muestra está determinado por la fórmula estadística para población finita de Allan Webster, en el que se obtuvo que la muestra era de 87 trabajadores, con el coeficiente de confianza de 1,96, 50% de probabilidad de éxito del 50% y error de estimación de 5%. Para la aplicación de la entrevista no se determina muestra por cuanto la población corresponde a dos funcionarios públicos.

Tareas y Métodos

La información primaria obtenida de las encuestas se procesó directamente en los formularios de Google. La validación de la información se la encuentra a través de la aplicación de la fórmula para determinar la muestra, la misma que incluye el 95% de confiabilidad.

1.3 RESULTADOS

Previo a la interpretación de los resultados de las encuestas y con la finalidad de conocer el entorno en que se desarrollaron las actividades laborales durante el período 2020 – 2021, se realizó un diagnóstico situacional que permitiera entender y relacionar los datos, obteniendo la siguiente matriz.

Matriz situacional

Tabla 1, Matriz situacional, Teletrabajo - 2021

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. La estructura orgánica institucional incluye la Unidad de Seguridad y Salud Ocupacional con personal médico y técnico calificado. 2. La institución cuenta con el Reglamento de Higiene y Seguridad en el Trabajo (actualizado al 2020). 3. El plan de seguridad y salud ocupacional incluye capacitaciones en materia de prevención de riesgos laborales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento del teletrabajo como modalidad laboral, dentro del ámbito normativo y legal. 2. Mayor implementación del teletrabajo como una modalidad laboral que ofrece beneficios a las empresas/instituciones y servidores/trabajadores. 3. El uso de la firma electrónica para la validación o legalización de procesos y documentos facilita la gestión administrativa en teletrabajo.
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. La institución no dispone de un instrumento o protocolos de teletrabajo para prevenir malestares o enfermedades profesionales. 2. Los servidores y trabajadores que dieron positivo a COVID -19 en los años 2020-2021, quedan expuestos a presentar secuelas de la enfermedad y la aparición de nuevas enfermedades. 3. Existen servidores que mantienen posturas incorrectas al sentarse en sus puestos de trabajo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevas pandemias que generen necesidad de aislamiento, por lo cual se podrían presentar nuevos períodos de teletrabajo. 2. Asignaciones presupuestarias disminuidas del gobierno central, que genera reducción del presupuesto para los planes y programas de la Unidad de Seguridad y Salud Ocupacional. 3. Delincuencia social que vive el país, ocasionando inseguridad en los espacios públicos y privados, lo que podría motivar a adoptar el teletrabajo como una estrategia para cuidar la vida y salud mental de los servidores/trabajadores.

Fuente: Gad Provincial de Santa Elena – 2021

Elaboración: autor

Se identificaron los efectos de factores de riesgo de conformidad a los resultados de las encuestas, cualificados en la siguiente tabla.

Tabla 2: Efectos de los factores de riesgo.

Factor de riesgo	Peligro	Efectos
Físicos	Instalaciones eléctricas inadecuadas	Poco importante
	Radiaciones	Poco importante
	Exposición a contactos eléctricos	Poco importante
	Ruido excesivo	Muy importante
	Iluminación deficiente	Moderado
	Ventilación inadecuada	Muy importante
Ergonómicos	Mobiliario inadecuado	Muy importante
	Equipos mal ubicados	Muy importante
	Fatiga por carga visual	Muy importante
	Posición forzada (pie, sentado)	Muy importante
	Falta de movimientos corporales (cuello, tronco, extremidades)	Muy importante
	Poco espacio físico	Muy importante
Psicosociales	Supervisión inadecuada	Moderado
	Presión de clientes, usuarios	Moderado
	Trabajo nocturno o fuera de horario	Muy importante
	Alta responsabilidad	Moderado
	Inadecuado manejo de actividades personales-laborales	Muy importante

Fuente: Resultados de encuestas, Gad Provincial de Santa Elena – 2021

Elaboración: autor

Considerando que de las 17 acciones de peligro de los diferentes factores de riesgo 10 son cualificadas como “muy importante” se propone la implementación de los protocolos de teletrabajo en las siguientes etapas:

Ilustración 1: Etapas para la implementación de protocolos de teletrabajo



Elaboración: Autor

1.4 DISCUSIÓN

En los últimos años el teletrabajo ha sido analizado desde distintos ángulos, existe variedad de criterios que resaltan las ventajas y desventajas que ofrece esta modalidad; en este estudio se han encontrado los factores de riesgo que generan efectos negativos en la salud ocupacional de los teletrabajadores y se han propuestos protocolos que ayuden a evitarlos.

A pesar de que la legislación nacional e internacional protege los derechos laborales de los trabajadores, en el caso de los servidores públicos los ampara la Ley Orgánica de los Servidores Públicos; se observó que el teletrabajo rompió con las formalidades del trabajo, el teletrabajador quedó expuesto a asumir bajo su propia responsabilidad todo lo necesario para ejercer sus funciones, la dotación de equipos y mobiliario, el autocuidado de su salud ocupacional, la distribución de su tiempo y organización del trabajo. Un aspecto relevante de mencionar es la falta de vinculaci-

ón del control y seguimiento de las funciones en tiempo real; cuando la institución debe proveer de los recursos para su cumplimiento, se diluyó el control directo del jefe inmediato y fue reemplazado por los sistemas y procedimientos virtuales, por lo cual el teletrabajador tuvo la libertad de organizar y desarrollar su trabajo de forma autónoma.

La modalidad laboral de teletrabajo es exitosa cuando se asume la responsabilidad desde la institución aceptando como otra modalidad de trabajo y creando la normativa, procesos y protocolos internos; y, desde el teletrabajador existe una conciliación entre la vida familiar y el trabajo generando bienestar, satisfacción y productividad, de ahí la importancia de preparar y mejorar las condiciones laborales a los teletrabajadores.

1.5 CONCLUSIONES

Las instituciones públicas del Ecuador, Provincia de Santa Elena, específicamente del GAD Provincial de Santa Elena, asumió la modalidad de Teletrabajo con una estructura administrativa formal como fueron los reglamentos y dependencias sin embargo en la ejecución operativa existen debilidades que deben superarse considerando que el teletrabajo ha sido formalizado como una modalidad laboral y es necesario potenciarlo para su permanencia y aplicación preferencial para los servidores públicos en condiciones de vulnerabilidad a través de la formalización de instrumentos institucionales.

Se identificaron los factores de riesgos físicos, ergonómicos y psicosocial así como la relación con los efectos en la salud física de los servidores, concluyendo que las afectaciones de mayor incidencia fueron los dolores de cabeza, problemas de visión o con los ojos, los trastornos en la columna o parte lumbar y trastornos en el hombro o cuello, producto del inadecuado mobiliario y silla utilizada, el equipo informático mayoritariamente utilizado (laptop) necesitó ser ubicado a la altura de los ojos y la poca predisposición de los servidores para adoptar posturas ergonómicas durante las jornadas laborales; y los factores de riesgo psicosocial incidieron en los problemas de estrés y ansiedad por la falta de organización de las actividades laborales-familiares.

Los protocolos de teletrabajo para cuidar la salud ocupacional de los servidores públicos del GAD Provincial de Santa Elena, ofrece lineamientos para el desarrollo y la implementación del proceso además de estrategias y acciones específicas para desarrollar las actividades laborales en teletrabajo con las condiciones adecuadas tendientes a prevenir los riesgos físicos, ergonómicos y psicosociales en los teletrabajadores, sin embargo se limitan de conformidad a las políticas, reglamentos y procesos institucionales.

BIBLIOGRAFÍA

- Alemán Pardo, F. (2020). *Diccionario de prevención de Resgos Laborales*. Wolters Kluwer.
- Alemán Pardo, F. (2020). *Diccionario de prevención de Riesgos Laborales*. Wolters Kluwer.
- Arango Soler, J. M., Correa Moreno, Y. A., & Luna García, J. E. (2020). La salud ocupacional y su respuesta histórica a las necesidades de salud de los trabajadores. *Revista Cubana de Salud y 14 Trabajo*, 14 - 29.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Asamblea Nacional del Ecuador*. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Asamblea Nacional. (06 de Octubre de 2010). *MDT - Ley Orgánica del Servicio Público*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Ley-Org%C3%A1nica-del-Servicio-P%C3%BAblico.pdf>
- Bayón Perez, J., & Zerbi, A. (2020). El teletrabajo: avances y retos dentro de la sociedad actual. *Revista internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derecho de Empleo*.
- Decreto Ejecutivo 2393, I. L. (17 de 11 de 1986). *Ministerio de Trabajo*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/Reglamento-de-Seguridad-y-Salud-de-los-Trabajadores-y-Mejoramiento-del-Medio-Ambiente-de-Trabajo-Decreto-Ejecutivo-2393.pdf>
- España, B. O. (07 de enero de 2021). *Boletín Oficial del Estado de España*. Obtenido de <https://sgiconsultores.com/wp-content/uploads/2021/03/boe-037prevencionderiesgoslaborales.pdf>
- Gavidia pacheco, A. M. (2017). Estrés laboral o doble presencia en mujeres: abordaje desde la salud ocupacional. *Prospecta Colombia 2017*, 262 - 286.
- IESS, I. n. (4 de marzo de 2016). *Reglamento del Seguro General de Riesgos del Trabajo*. Obtenido de <https://sut.trabajo.gob.ec/publico/Normativa%20Legal/Resoluciones/Resoluci%C3%B3n%20del%20IESS%20513.pdf>
- Martinez Barranco, M. P., & Ybadún Burbano, E. (2017). Seguridad y Salud ocupacional en Ecuador: Contribución normativa a la responsabilidad social organizacional. *INNOVA Research Journal*, 58 - 68.
- MDT. (24 de marzo de 2011). *Página oficial - Reglamento de la LOSEP*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Reglamento-LOSEP.pdf>
- MDT. (12 de marzo de 2020). *Ministerio de Trabajo*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/ACUERDO-MDT-2020-076-TELETRABAJO.pdf?x42051>

- MDT. (12 de marzo de 2020). *Ministerio de Trabajo Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-076*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/ACUERDO-MDT-2020-076-TELETRABAJO.pdf?x42051>
- MDT. (10 de Marzo de 2022). *Ministerio de Trabajo - Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2022-035*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/03/Acuerdo-Ministerial-Nro.-035-Norma-tecnica-para-regular-el-teletrabajo-en-el-sector-publico.pdf>
- MDT. (10 de marzo de 2022). *Ministerio de Trabajo Acuerdo Ministerial Nro MDT-2022-035*.
- OIT, T. (26 de mayo de 2021). *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de <https://metadata.ilo.org/thesaurus/-1894660590.html>
- OMS. (11 de 03 de 2020). *Organizacion Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Organización Mundial de la Salud. (1995). *Salud Ocupacional para Todos*. . Ginebra.
- Parra Cruz, A. (2019). Factores de riesgo ergonómico en personal administrativo, un problema de salud ocupacional. *Revista Sinapsis*.
- Secretaría Nacional de Planificación. (23 de septiembre de 2021). *PLan Nacional de Desarrollo 2021-2025*. Obtenido de <https://multimedia.planificacion.gob.ec/pnd2021/pndfichas.html>
- Serra, F. (2020). El Sars-Cov-2(COVID-19) y la prevención y salud en el trabajo. *Profesionales y Empresas CADE*, 43 - 50.
- Trabajo, O. I. (2020). *El teletrabajo durante la pandemia de COVID-19 y después de ella: Guía Práctica*. Ginebra.
- Venegas, c., & Leyva, A. (2020). La fatiga y la carga mental en los teletrabajadores: a propósito del distanciamiento socia. *Rev. Esp. Salud Pública*.

CAPÍTULO 2

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS NEGOCIOS: RÉGIMEN RIMPE EMPREENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES

Rudy Ivonne Ortega Cabrera¹
Fresia Susana Chang Rizo²
Mónica María Sandoval Cují³

-
- 1 Magister en Contabilidad y Auditoría , Ingeniera en Administración Financiera. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. orcid.org/0000-0001-7518-6688, E-mail rortega@uteq.edu.ec, ivonortega1983@gmail.com <https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=umJ6amEAAAAJ>. orcid.org/0000-0001-7518-6688
 - 2 Magister en Contabilidad y Auditoría , Ingeniera en Contabilidad y Auditoría . Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Orcid 0000-0001-7813-8673 E-mail fchang@uteq.edu.ec https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=0WNHdsYAAAAJ&view_op=list_works&gmla=AJsNF7xjVYdRXb439f-2JBQ756U2GA9kzjM7wYv5Vi4KaW_bpMF2aNhb972SHDn_VxBMK6R0pQ5QX0YxsFi1S_Svha-NolZkW-zXxREyBLPWongmwBy8xXBU. orcid.org/0000-0001-7813-8673
 - 3 Magister en Contabilidad y Auditoría , Ingeniera en Contabilidad y Auditoría . Universidad Técnica Estatal de Quevedo. E-mail msandovalc@uteq.edu.ec <https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=ndy5FZ4AAAAJ>

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el compromiso permanente de las empresas para aumentar su competitividad mientras contribuyen activamente al desarrollo sostenible de la sociedad mediante acciones concretas y medibles dirigidas a solucionar los problemas prioritarios del país. La Responsabilidad Social Empresarial es una tarea que requiere del esfuerzo transversal de todos los colaboradores de la empresa.

Siendo el Ecuador uno de los países más emprendedores del mundo las potencialidades para la creación de empresas innovadoras y competitivas se hacen evidentes y es por esto que se vuelve necesario implementar políticas que faciliten el desarrollo de un ecosistema amigable para el nacimiento de las empresas del futuro.

El emprendimiento significa mucho más que comenzar con un nuevo negocio, es la oportunidad de convertir a las personas en entes más creativos, proactivos, innovadores, y cualquiera la debería tener en su ADN, independientemente de la elección de su profesión. Los principales emprendimientos tenemos, restaurant, tiendas de ropa, bares, negocios virtuales, El propósito de esta investigación es conocer cómo se aplica la responsabilidad social en los emprendimientos régimen rimpe en Ecuador.

Esta investigación se realizó a través de la investigación documental o bibliográfica, de campo, por medio de los métodos deductivo, descriptivo y técnica de la encuesta a los emprendimientos registrados en la base de datos de la cámara de comercio del Cantón Quevedo a través de muestra, para tener mayores conocimientos sobre RSE en los emprendimientos.

De acuerdo con la encuesta realizada se concluye que el 64% de los negocios no cuentan con un programa de responsabilidad social empresarial RSE. El 60% de los negocios si tienen conocimiento y consideran que es importante que los negocios sean socialmente responsables con la sociedad y el medio ambiente.

Palabras Claves

Rimpe; Negocios; emprendedores; responsabilidad social;

Resumo

A Responsabilidade Social Corporativa (RSE) é o compromisso permanente das empresas em aumentar sua competitividade, contribuindo ativamente para o desenvolvimento sustentável da sociedade, por meio de ações concretas e mensuráveis voltadas para a solução dos problemas prioritários do país. A Responsabilidade Social Corporativa é uma tarefa que exige o esforço transversal de todos os colaboradores da empresa.

Sendo o Equador um dos países mais empreendedores do mundo, o potencial para a criação de empresas inovadoras e competitivas é evidente e é por isso que se torna necessário implementar políticas que facilitem o desenvolvimento de um ecossistema amigável para o nascimento das empresas do futuro.

Emprender significa mucho más que iniciar un nuevo negocio, es la oportunidad de transformar a las personas en entidades más creativas, proactivas, innovadoras, y cualquier persona debe tenerlo en su ADN, independientemente de su elección de profesión. Los principales emprendimientos que tenemos, restaurantes, tiendas de ropa, bares, negocios virtuales, el objetivo de esta investigación es conocer cómo la responsabilidad social se aplica en emprendimientos bajo el régimen de Rímpe en Ecuador.

Esta investigación fue realizada por medio de investigación documental o bibliográfica, en el campo, por medio de métodos deductivos, descriptivos y técnicos de levantamiento de datos de empresas registradas en el banco de datos de la Cámara de Comercio del Cantón Quevedo por medio de muestra, para tener más conocimiento sobre RSC en las empresas.

De acuerdo con el levantamiento realizado, se concluyó que el 64% de las empresas no tienen un programa de responsabilidad social corporativa de RSE. El 60% de las empresas tienen conocimiento y consideran importante que las empresas sean socialmente responsables con la sociedad y el medio ambiente.

Palabras clave

rímpe; El negocio; emprendedores; responsabilidad social;

INTRODUCCIÓN

Según (Berruzo & Pacheco, 2013), Desde sus orígenes la humanidad busca constantemente la creación de un mundo mejor, el compromiso individual ha llevado al hombre históricamente a realizar acciones a favor del prójimo, satisfaciendo necesidades y mejorando la calidad de vida. Para lograr mejores resultados fue creando diferentes asociaciones, alianzas y organizaciones. Posteriormente estas ideas y concepciones se fueron introduciendo también en el ámbito de los negocios.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es la forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos sus públicos y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, al preservar recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, y al respetar la diversidad y promover la reducción de las desigualdades sociales (Yucha Mamani, 2016).

De acuerdo (Duque Orozco et al., 2014), en su artículo cita a Bowen (1953, p.6), la RSE “se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” por lo tanto, el empresario debe actuar para servir a la sociedad en lugar de tener como objetivo la maximización de los beneficios como único fin de la empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un compromiso voluntario que asume una empresa con la sociedad, y aplica tanto a nivel interno como externo de la empresa. A nivel interno la empresa tiene la responsabilidad de asegurar el bienestar del personal y del ambiente laboral (Suger Bedorin, 2020).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ofrece una nueva alternativa de “competir”, que está concebida como la transferencia de valor agregado a la sociedad; valor que se espera que en el mediano o largo plazo se convierta en fuente de ventaja competitiva, evidentemente, si así lo advierte oportunamente la organización (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012).

El Ecuador se ha caracterizado por ser un país de emprendedores y de acuerdo con el último estudio del GEM (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador, 2019), señala que el 15% de los adultos son propietarios de un negocio establecido, lo que posiciona a Ecuador como uno de los más emprendedores del mundo (Borja, 2021).

El emprendimiento empresarial es la iniciativa o aptitud de un individuo para desarrollar un proyecto de negocio, u otra idea que genere ingresos que le permite cubrir principalmente sus gastos básicos, y el de su familia (RSyS, 2021).

El emprendimiento hoy en día ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores (Gerencie, 2022).

La cultura de emprendimiento es una forma en que las personas piensan y actúan para generar riqueza, para crear empresa y crecimiento económico. Es un conjunto de hábitos que llevan a la persona a ser emprendedora y a tener éxito.

La Responsabilidad Social Empresarial debería implementarse en la empresa como parte de una estrategia consistente y coherente, y de cara a sus diferentes públicos de interés, es por ello que sus beneficios se generarán al interno y externo de la empresa. Internamente, el que los empresarios y los trabajadores conjuguen en hacer las cosas responsablemente, bajo políticas claras, buscando el bienestar interno de los colaboradores a todo nivel, contribuye a mejorar el clima laboral, el sentido de pertenencia, la motivación y el empoderamiento de sus funciones, todo lo cual incide directamente en la productividad de la empresa y, por tanto, en los resultados del negocio mismo. A nivel externo, se fortalece la percepción positiva de la empresa en el público en general quien la va a considerar por su interés genuino en aportar a la sociedad y a su desarrollo, con una visión que va más allá de solo hacer negocios. El beneficio final es fidelizar y captar nuevos consumidores, construir relaciones a largo plazo con proveedores, abrir las posibilidades de relacionamiento y negocios con otras empresas, mayores oportunidades en el sistema financiero, solo por mencionar algunos (Gómez, 2017).

En el Ecuador, el 90% de las empresas son Microempresas. Las Microempresas son emprendimientos que, por su capacidad económica y organizacional, no aplican normas de Responsabilidad Social Empresarial de manera global. Las normas pueden ser aplicadas en ciertos procesos de la empresa, pero no en todos (Bucheli Figueroa, 601).

Una de las novedades más importantes que incluye la Ley Orgánica Para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la pandemia COVID 19, es la **creación del Régimen para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE)**, el cual implica para los comerciantes populares un aumento en el pago de impuestos (Contífico, 2022).

El Servicio de Rentas Internas emitió las normas para la aplicación del Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE).

Recordamos que se sujetan a este régimen las personas naturales y jurídicas con ingresos brutos anuales de hasta \$ 300.000,00 al 31 de diciembre del año anterior y los negocios populares, definidos como aquellos con ingresos brutos de hasta \$20.000,00 en el ejercicio económico inmediatamente anterior (Pérez Bustamante & Ponce, 2022).

Según Diario El Comercio y citado por (AIBE, 2022), de los 789.000 contribuyentes que hoy pertenecen al RIMPE, 143.919 son emprendedores y 645.887 son negocios populares .

Por medio de esta investigación se va a conocer cómo se aplica la responsabilidad social en los emprendedores y negocios populares en Ecuador, caso de estudio Negocios afiliados a la Cámara de Comercio del Cantón Quevedo. Cuando el emprendimiento se convierte en una responsabilidad social, el desafío no sólo es introducir un nuevo producto en el mercado sino concientizar a toda una población de sus cualidades amigables con el medio ambiente.

2.1 MARCO TEÓRICO

Emprendimiento

De acuerdo a (Proaño, 2014) en su artículo hace referencia Jeffrey A. Timmons (1989)2 “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados.

El término emprendimiento proviene del francés ‘*entrepreneur*’, que significa «pionero», y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a **una nueva empresa o proyecto que inicia una persona o grupo** de personas.

Un emprendedor es el individuo que enfrenta el desafío de un nuevo emprendimiento o negocio. Para ello debe tener una actitud positiva y una gran determinación para enfrentar retos y dificultades.

Tipos de emprendimiento

Según el tamaño:

- **Emprendimientos pequeños.** Negocios a pequeña escala llevados adelante por una o más personas con el fin de producir o comercializar un bien o servicio, sus ganancias son utilizadas para cubrir el negocio y mantener el coste de vida del emprendedor.

- **Emprendimientos escalables.** Negocios que amplían su mercado sin poner esfuerzo en mejorar su producto o ampliar el stock. Este tipo de emprendimientos se evidencia en el ámbito de la tecnología y lo digital.
- **Según el grado de innovación:**
- **Emprendimientos espejo.** Negocios que imitan o se basan en la producción de un bien o servicio que ya existe; o que adquieren una franquicia de un negocio ya exitoso.
- **Emprendimientos por necesidad.** Negocios que surgen cuando el individuo busca un cambio en su vida o como una nueva forma de generar ingresos económicos. Este tipo de emprendimientos se da por la necesidad del emprendedor y no por una necesidad del mercado.
- **Emprendimientos por oportunidad.** Negocios que surgen al observar una falta o falla en el mercado.
- **Según el ámbito en el que se desarrollan:**
- **Emprendimientos sociales.** Negocios que innovan con ideas que son rentables pero que además tienen un impacto positivo en el medio social y ambiental de una comunidad.
- **Emprendimientos digitales.** Negocios que se realizan íntegramente en Internet, la producción y comercialización del servicio es 100 % digital.

Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una nueva visión de la gestión estratégica y de la ética corporativa de las organizaciones, donde el cambio tecnológico, económico y cultural, han terminado por redefinir la relación que éstas tienen con sus públicos y con el entorno. (Mellado, 2009) "page": "24-33", "source": "ve.scielo.org", "title": "Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas", "URL": "http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1315-95182009000100003&lng=es&nrm=iso&tlng=es", "volume": "15", "author": [{"family": "Mellado", "given": "Claudia"}], "accessed": {"date-parts": [{"2022", 9, 5}], "issued": {"date-parts": [{"2009", 3]}}}, "schema": "https://github.com/citation-style-language/schema/raw/master/csl-citation.json" .

La RSE contribuye al bienestar de todos los actores involucrados.

Algunas de las ventajas de la RSE pueden ser: Al cumplir con las necesidades de sus stakeholders (clientes, proveedores, público general, empleados, comunidades, y accionistas) la empresa asegura su éxito continuo. (Suger Bedorin, 2020)

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es un llamamiento a las empresas para que incorporen 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción en sus estrategias y operaciones, así como para que actúen de forma que avancen los objetivos sociales y la implementación de los ODS. Al involucrar a miles de empresas de todos los tamaños y sectores de todo el mundo,

estamos trabajando para movilizar un movimiento verdaderamente global de empresas responsables que integran la sostenibilidad en sus estrategias y operaciones principales tanto para el beneficio de la sociedad como para el suyo(ONU, 2022).

Los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU

Derechos humanos

- Principio 1: las empresas deberían apoyar y respetar la protección de derechos humanos declarados internacionalmente.
- Principio 2: las empresas deberían asegurarse de no ser partícipes de vulneraciones de derechos humanos.

Trabajo

- Principio 3: las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva.
- Principio 4: las empresas deberían defender la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.
- Principio 5: las empresas deberían defender la abolición efectiva de la mano de obra infantil.
- Principio 6: las empresas deberían defender la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

Medio ambiente

- Principio 7: las empresas deberían apoyar un planteamiento preventivo con respecto a los desafíos ambientales.
- Principio 8: las empresas deberían llevar a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad ambiental.
- Principio 9: las empresas deberían promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Lucha contra la corrupción

- Principio 10: Las empresas deberían trabajar contra la corrupción en todas sus formas, como la extorsión y el soborno.

De acuerdo con (CEMEFI, 2022) personas y planeta.”, ”container-title”: ”Responsabilidad Social y Sustentabilidad”, ”language”: ”es-MX”, ”title”: ”Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable (ESR, Decálogo de la [Empresa Socialmente Responsable \(ESR\)](#) es:

1. Promueve e impulsa una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
2. Hace públicos sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base en un código de ética.

3. Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana.
4. Promueve condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
5. Respeta el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
6. Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.
7. Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
8. Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.
9. Participa, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones y/o gobierno, en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público.
10. Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

Que es Régimen RIMPE

Según el Servicio de Rentas Internas (SRI), los contribuyentes que hasta el 31 de diciembre de 2021 pertenecían al *Régimen Impositivo Simplificado (RISE)*, *Régimen Impositivo para Microempresas (RIM)* y *Régimen General*, hoy forman parte automáticamente del RIMPE.

Este nuevo régimen, que **entró en vigor el 1 de enero de 2022**, se caracteriza porque:

- El **sujeto pasivo del RIMPE** son los negocios populares y los emprendedores, de acuerdo con sus ingresos brutos:

Negocios populares	Emprendedores
<ul style="list-style-type: none"> • Solo personas naturales, con ingresos brutos de hasta USD 20.000 anuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas naturales con ingresos brutos de entre USD 20.000 y USD 300.000 anuales. • Sociedades con ingresos desde \$0 hasta USD 300.000.

Los contribuyentes que formen parte del Régimen Impositivo Simplificado (RISE), el Régimen para Microempresas (RIMI) y el **Régimen General**, serán **incluidos dentro del RIMPE de forma automática**, sin necesidad de realizar ningún trámite adicional, siempre y cuando cumplan con las características descritas anteriormente.

Entre nuestros públicos objetivos se encuentran:

Dueños/administradores de tiendas de barrio.

Dueños/administradores de micro mercados/mercados.

Dueños/administradores de restaurantes.

Emprendedores, entre otros.

En el caso del Ecuador el 90% de las empresas proceden de emprendimientos familiares, que en casos citados se puede identificar que las empresas ecuatorianas, aplica RSE como una esta buena práctica para garantizar el desarrollo de los emprendimientos socialmente responsables(Suárez, 2017).

¿Quiénes NO deben pertenecer al RIMPE?

La norma contempla las siguientes excepciones:

1. Las personas naturales o jurídicas que tengan ingresos brutos superiores a los **USD 300.000 anuales**.
2. Quienes se dediquen a **las siguientes actividades**:
 - Construcción
 - Urbanización y lotización de terrenos
 - Servicios profesionales
 - Transporte
 - Actividades agropecuarias
 - Comercio de combustibles
 - Sector minero, de hidrocarburos y petroquímica
 - Laboratorios médicos y farmacéuticas
 - Industrias básicas
 - Sector financiero, de seguros, y economía popular y solidaria.
3. Quienes tengan una **relación de dependencia**.
4. Receptores de **inversión extranjera**
5. Los **regímenes especiales** en el pago del **impuesto de renta**

2.2 MATERIALES Y MÉTODOS

El presente trabajo es producto de la recopilación literaria bajo un enfoque cualitativo de diferentes autores, de forma descriptiva y exploratoria, cuyo objetivo se centra en la revisión del concepto del Emprendimiento fundamentado en fuentes como diarios, revistas o journals, libros y artículos que están disponibles en las bases de datos científicas tales como Springer - Link, Ebrary y

ProQuest entre otras revistas indexadas, esto con la finalidad de obtener una caracterización y definición del concepto emprendedor.

El trabajo se desarrolla en la primera sección haciendo referencia al emprendimiento desde un enfoque investigativo, haciendo un análisis de la definición utilizando bibliografía; luego se aplica la técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. De acuerdo con la información obtenida por la Cámara de Comercio de Quevedo según sus registros en la base datos tienen 311 negocios registrados a los cuales se les aplicará la encuesta.

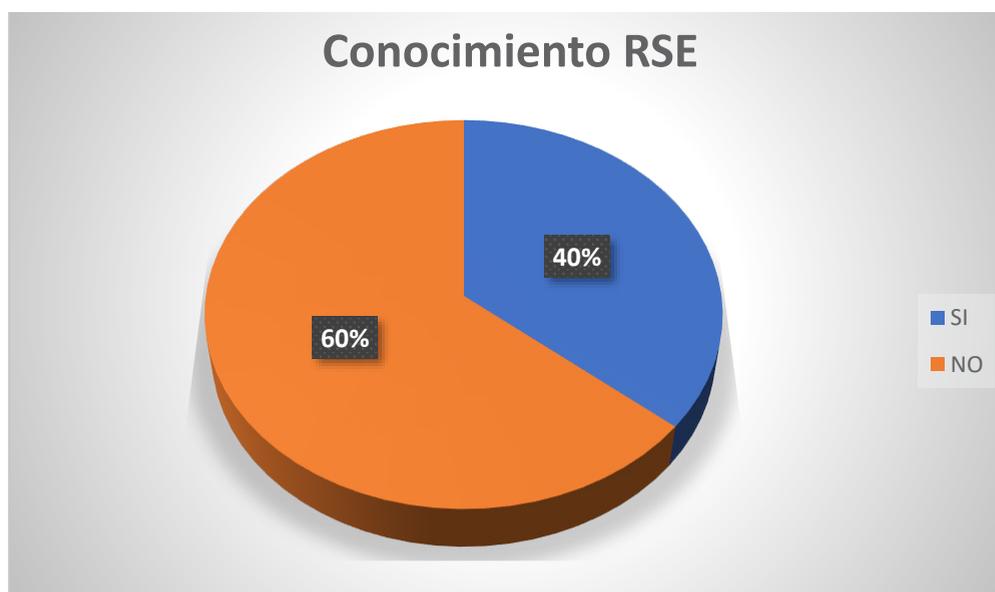
2.3 RESULTADOS

La RSE es una contribución de la empresa con: el desarrollo de la sociedad (empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad), y con el cuidado del medioambiente. La RSE es una manera en la que la empresa toma en cuenta los intereses de los stakeholders (los consumidores, los empleados, los inversionistas, los accionistas, el medio ambiente, y la comunidad local).

A través de las encuestas vamos a conocer con mayor exactitud la importancia de Responsabilidad social en los emprendimientos y como se la está aplicando, como objeto de estudio se recopiló la información proporcionada por la Cámara de Comercio de Quevedo según su base datos tienen 311 negocios registrados, a los cuales se procedió a realizar una encuesta digital a través de formularios de Google, en cual nos arrojó los siguientes resultados:

Figura 1

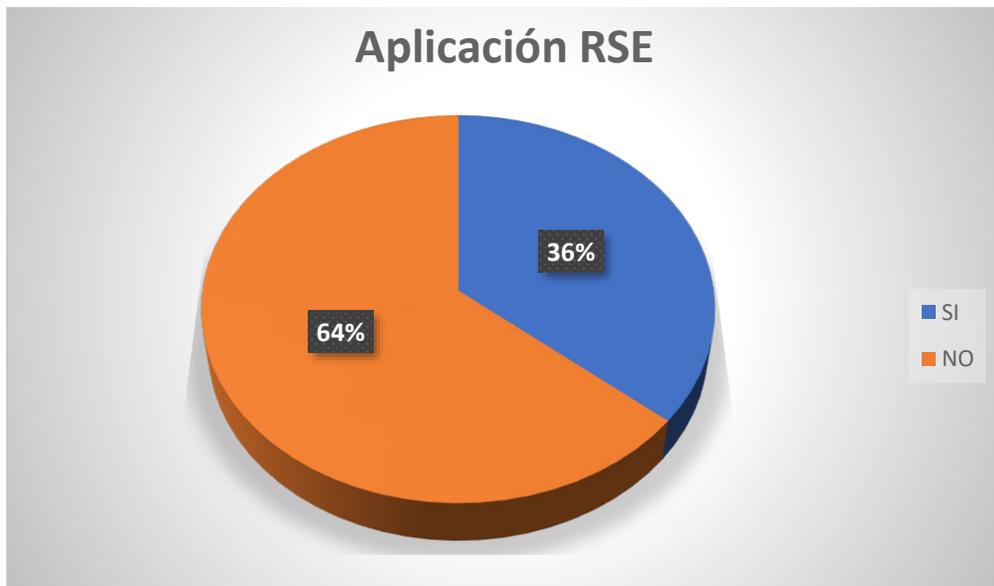
¿ Ha escuchado usted hablar acerca de la Responsabilidad Social?



Nota : La RSE es la contribución activa y voluntaria de las empresas en el mejoramiento social, económico y ambiental. El 60% de los emprendimientos encuestados si tienen conocimiento de lo que es responsabilidad social empresarial , el 40% desconocen sobre el tema.

Figura 2

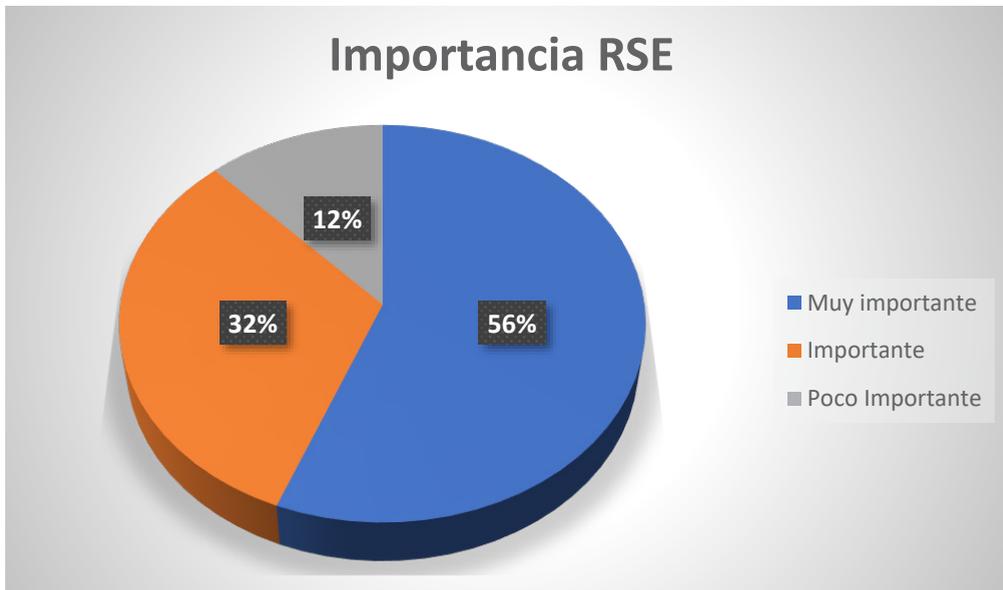
¿Su negocio o emprendimiento cuenta con un programa de Responsabilidad social empresarial RSE?.



Nota : El 64% de los negocios encuestados no aplican un programa de responsabilidad social en sus emprendimientos , el 36% si tienen implementado. La Responsabilidad Social Empresarial es una decisión de carácter voluntario, la empresa determina deliberadamente si asume o no ese compromiso. Una vez asumida, la Responsabilidad Social Empresarial debe ir orientada coherentemente con los principios de la empresa y con el cumplimiento integral de la visión que se ha establecido tanto a nivel interno como a nivel externo; considerando las expectativas de las partes interesadas (*stakeholders*), demostrando el respeto por los valores éticos, por la gente, por las comunidades, por el medio ambiente, y contribuyendo, de esta manera, con la construcción del bien común.

Figura 3

¿Considera usted que es importante que los negocios, cuenten con programas de responsabilidad social y protección del medio ambiente?



Nota : El 56% de los encuestados consideran que es muy importante que las empresas y los negocios sean socialmente responsable y que se debe de proteger el medio ambiente, el 32% importante y el 12% poco importante. La responsabilidad social es la idea de que una organización debe estar interesada y dispuesta a ayudar a la sociedad y al medio ambiente, además de preocuparse por los productos y los beneficios que obtiene.

CONCLUSIONES

Una empresa socialmente responsable es aquella que innova procesos, crea oportunidades de desarrollo, tiene preocupaciones sociales y medioambientales, renueva su gestión interna para contribuir en la mejora del entorno, vela por formar personas emprendedoras capaces de asumir retos que mitiguen daños ambientales y sociales, tiene razones para buscar la competitividad por medio del bienestar común incentiva prácticas y lineamientos en caminados en una cultura ética. Estas acciones son el resultado de la planeación, organización, dirección y control que se establecen inicialmente en la empresa, donde se da legitimidad y sostenibilidad a todos estos procesos y oportunidades, que ésta misma puede ofrecer a los actores que participan en ella, logrando así una interacción favorable y de éxito para la empresa.

De acuerdo con la información recopilada de la encuesta aplicada a los negocios afiliados a la Cámara de Comercio del Cantón Quevedo, se obtuvo los siguientes resultados que el 64% de los negocios no cuentan con un programa de responsabilidad social empresarial RSE. El 60% de los negocios si tienen conocimiento y consideran

que es importante que los negocios sean socialmente responsables con la sociedad y el medio ambiente.

Las empresas y negocios deben implementar programas de responsabilidad social para dar cumplimiento a los objetivos del pacto mundial, de acuerdo a sus ejes en derechos humanos, trabajo, medio ambiente y la lucha contra la corrupción, son directrices que ayudan a la mejora continua de los negocios a nivel local, regional y a nivel mundial.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, 32, 1-26. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1657-62762012000100002&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- AIBE. (2022, febrero 11). *RÉGIMEN PARA EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES (RIMPE) – AIBE*. <https://www.aibe.ec/2022/02/11/regimen-para-emprendedores-y-negocios-populares-rimpe/>
- Berruzo, A., & Pacheco, M. (2013). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA: APLICACIÓN EN EMPRESAS SANRAFAELINAS*. https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nDWUCTtYs1YJ:https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitaes/5794/tesis-cs-ec-berruzo.pdf&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec
- Borja, C. (2021, mayo 12). *¿Cómo es el emprendimiento en el Ecuador? | Desalineados*. <https://desalineados.com/2021/05/como-es-el-emprendimiento-en-el-ecuador/1724/>
- Bucheli Figueroa, J. R. (601). *PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR*. 101.
- CEMEFI. (2022, enero 8). Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable (ESR). *Responsabilidad Social y Sustentabilidad*. <https://responsabilidadsocial.net/decalogo-de-la-empresa-socialmente-responsable-esr/>
- Contífico. (2022, febrero 1). Conoce cómo funciona el nuevo régimen impositivo en Ecuador. *Contífico*. <https://contifico.com/regimen-para-emprendedores-y-negocios-populares/>
- Duque Orozco, Y. V., Cardona Acevedo, M. de la M., & Rendón Acevedo, J. A. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206. <https://doi.org/10.25100/cdea.v29i50.55>
- Gerencie. (2022, febrero 19). *Emprendimiento | Gerencie.com*. <https://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

- Gómez, E. (2017). Responsabilidad social empresarial. *Escuela de Empresas*. <https://escueladeempresas.usfq.edu.ec/news/importancia-responsabilidad-social-empresarial/>
- Mellado, C. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 24-33. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1315-95182009000100003&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- ONU. (2022). *El Pacto Mundial de la ONU: La Búsqueda de Soluciones para Retos Globales* | Naciones Unidas. United Nations; United Nations. <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAbsqueda-de-soluciones-para-retos-globales>
- Pérez Bustamante, & Ponce. (2022, enero 4). El SRI establece las reglas para emprendedores y negocios populares. *PBP*. <https://www.pbplaw.com/es/el-sri-establece-las-reglas-para-emprendedores-y-negocios-populares/>
- Proaño, L. F. H. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Alternativas*, 15(1), 46-50. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-alternativas/index.php/alternativas-ucsg/article/view/8>
- RSyS. (2021, octubre 27). Emprendimiento: Qué es, definición, tipos, características y ejemplos. *Responsabilidad Social y Sustentabilidad*. <https://responsabilidadsocial.net/emprendimiento-que-es-definicion-tipos-caracteristicas-y-ejemplos/>
- Suárez, L. (2017). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ¿HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS? *Economía y Negocios*, 8. <https://doi.org/10.29019/eyn.v8i1.324>
- Suger Bedorin, D. (2020, julio 27). *La importancia de la Responsabilidad Social Empresarial* | Facultad de Ingeniería Química. <https://www.galileo.edu/facultad-de-ingenieria-quimica/historias-de-exito/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- Yucha Mamani, Y. J. (2016). La responsabilidad social empresarial del sector de los medios de comunicación de la Ciudad de Puno. *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 18(4), 497-506. <https://doi.org/10.18271/ria.2016.242>

Link easychair

<https://easychair.org/conferences/submission?submission=6136071;a=29268846>

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LAS TENDENCIAS GLOBALES EN INVESTIGACIÓN SOBRE MICROFINANZAS USANDO LA BASE DE DATOS SCOPUS

Leonardo Cañizares Cedeño¹

RESUMEN

Las microfinanzas se muestran como un tema de interés debido a sus múltiples resultados en diferentes ámbitos y contextos. Con el objetivo de desarrollar mejores investigaciones sobre el tema, es necesario conocer las tendencias y las redes colaborativas. El objetivo del presente trabajo es evaluar patrones en las investigaciones de los artículos publicados en los últimos 10 años, incluyendo principales autores, sus artículos más citados, sus países de origen, así como información de las revistas científicas que los han publicado. Usando la base de datos SCOPUS un total de 920 artículos publicados en diferentes revistas en el período 2012-2022 se usaron para realizar

¹ <https://orcid.org/0000-0002-1225-138X>, Universidad Estatal Península de Santa Elena, ecanizares@upse.edu.ec. orcid.org/0000-0002-1225-138X

un análisis bibliométrico. Los resultados muestran una creciente tendencia en la investigación sobre el tema y los principales tópicos que serán abordados en futuras investigaciones.

Palabras clave: microfinanzas, análisis bibliométrico, análisis de palabras clave, análisis de co-citación.

Análise bibliométrica de tendências globais em pesquisa de microfinanças usando o banco de dados Scopus

RESUMO

As microfinanças se mostram como um tema de interesse por seus múltiplos resultados em diferentes áreas e contextos. Para desenvolver melhores pesquisas sobre o assunto, é necessário conhecer as tendências e as redes colaborativas. O objetivo deste trabalho é avaliar padrões de pesquisa de artigos publicados nos últimos 10 anos, incluindo autores principais, seus artigos mais citados, seus países de origem, bem como informações dos periódicos científicos que os publicaram. Utilizando a base de dados Scopus, utilizou-se um total de 920 artigos publicados em diferentes periódicos no período 2012-2022 para realizar uma análise bibliométrica. Os resultados mostram uma tendência Crescente nas pesquisas sobre o assunto e os principais tópicos que serão abordados em pesquisas futuras.

Palavras-chave: microfinanças, análise bibliométrica, análise de palavras-chave, análise de cocitação.

Bibliometric Analysis of global research trends on microfinance using Scopus database

ABSTRACT

Microfinance is shown as a topic of interest due to its multiple results in different areas and contexts. In order to develop better research on the subject, it is necessary to know the trends and collaborative networks. The objective of this work is to evaluate patterns in the research of articles published in the last 10 years, including main authors, their most cited articles, their countries of origin, as well as information from the scientific journals that have published them. Using the SCOPUS database, a total of 920 articles published in different journals in the period 2012-2022 were used to perform a bibliometric analysis. The results show a growing trend in research on the subject and the main topics that will be addressed in future research.

Keywords: microfinance, bibliometric analysis, keyword analysis, co-citation analysis.

3.1 INTRODUCCIÓN

Las microfinanzas han emergido como un tema de interés para la investigación debido a su utilización como herramienta para el desarrollo en diferentes dimensiones. Pretende además servir a los sectores más pobres de la sociedad que no tienen acceso al sistema financiero y que en los países en vías de desarrollo principalmente son excluidos de los beneficios de financiamiento por las grandes instituciones financieras (Chiu, 2015).

Las microfinanzas se han estudiado especialmente por sus variados resultados, sin embargo, algunos temas son los más recurrentes en recientes investigaciones. Encontramos la visión económica y social de las microfinanzas para crecimiento económico y capacidad de generar desarrollo (García-Pérez et al., 2018; Parwez et al., 2018) reducir la pobreza (Begum et al., 2018), empoderar a las mujeres (Bansai & Singh, 2019; Raman et al., 2017), enfrentar las enfermedades y mantener la salud (Mhando et al., 2020; Nadkarni et al., 2020), alentar el emprendimiento (Rasel & Win, 2020), mejorar la administración de las instituciones financieras (Hermes & Hudon, 2022; Leite et al., 2019).

Algunos autores han encontrado que algunos aspectos deben revisarse con mayor profundidad, especialmente los que presentan resultados contradictorios, además de un consenso en que es necesario definir los temas más relevantes que deberán estudiarse en los próximos años (Hassan et al., 2020). Las investigaciones recientes cubren una variedad de relaciones y contextos, para obtener una visión estructurada de los temas más importantes, es necesario llevar a cabo un análisis bibliométrico que cubra los últimos diez años, usando la base de datos de Scopus y utilizando las herramientas de análisis necesarias para cubrir las principales interrogantes sobre el tema. Los objetivos principales de esta investigación apuntan a identificar autores que han realizado mayores contribuciones en el tema, la cobertura geográfica de las publicaciones, las revistas más relevantes, las instituciones que financian las investigaciones, contribuir a que los investigadores conozcan la evolución y las futuras tendencias en la investigación de las microfinanzas y señalar futuros temas para que el conocimiento sobre este tópico pueda avanzar.

En el presente trabajo se plantean las siguientes preguntas de investigación:

P1: ¿Cuáles son las principales palabras clave utilizadas en la investigación en microfinanzas?

P2: ¿Cuáles son los principales autores en la investigación en microfinanzas?

P3: ¿Cuáles son las principales revistas científicas en publicar artículos sobre microfinanzas?

P4: ¿Cuáles son las principales instituciones aportantes para financiar las investigaciones sobre microfinanzas?

P5: ¿Cuáles son los países de origen de las publicaciones más importantes sobre microfinanzas?

Esta investigación contribuirá a la literatura en el sentido que los investigadores tengan referencias de nuevos tópicos o nuevas metodologías que puedan usarse en las microfinanzas, a identificar vacíos y que a propiciar que el conocimiento sobre este tópico pueda avanzar.

Para lograr todos estos objetivos, la presente investigación se organiza primero describiendo el método a utilizar, luego se muestran y discuten los resultados, y finalmente se presentan conclusiones y sugerencias de futuras investigaciones según los hallazgos.

3.2 MÉTODO

La bibliometría es una técnica que utiliza software que analiza datos disponibles en bases de datos y permite observar resultados en cuanto a autores, citas, palabras clave y otros, que a su vez ayudan a ganar un conocimiento más profundo sobre la evolución y transferencia de conocimiento en un tema específico (Martínez-Climent et al., 2018). La bibliometría incluye algunos análisis como citación, co-citación, co-ocurrencia, co-palabras, y vínculos entre autores y publicaciones.

3.2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo con lo sugerido por Paltrinieri et al. (2019), se utilizarán tres etapas para estructurar el método de investigación bibliométrica. La primera etapa consiste en la formulación de las preguntas de investigación, estas servirán de guía para elegir los términos y elementos de la búsqueda. La segunda etapa la constituyen las técnicas de revisión y tienen que ver con la fuente de datos, los programas a utilizar y los tipos de análisis que se llevarán a cabo. La tercera etapa consiste en estructurar los resultados de acuerdo con los objetivos y preguntas de investigación, además de señalar caminos para futuras investigaciones.

3.2.2 ESTRATEGIA DE BÚSQUEDA

La búsqueda fue en idioma inglés y se llevó a cabo en agosto de 2022 y el título buscado como clave fue la palabra “microfinance” en la base de datos Scopus, limitándose a los últimos 10 años y a artículos revisados por pares, pero que no incluyeran revisiones de literatura, es decir artículos que analizaban de manera empírica las propiedades, antecedentes y consecuencias de las microfinanzas en diferentes aspectos y contextos. Adicionalmente se restringió al campo de la administración y negocios. A continuación, se muestra la cadena de búsqueda utilizada:

TITLE-ABS-KEY (“microfinance”) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR, 2022) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2021) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2020) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2019) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2018) OR LIMIT-TO (PUBYE-

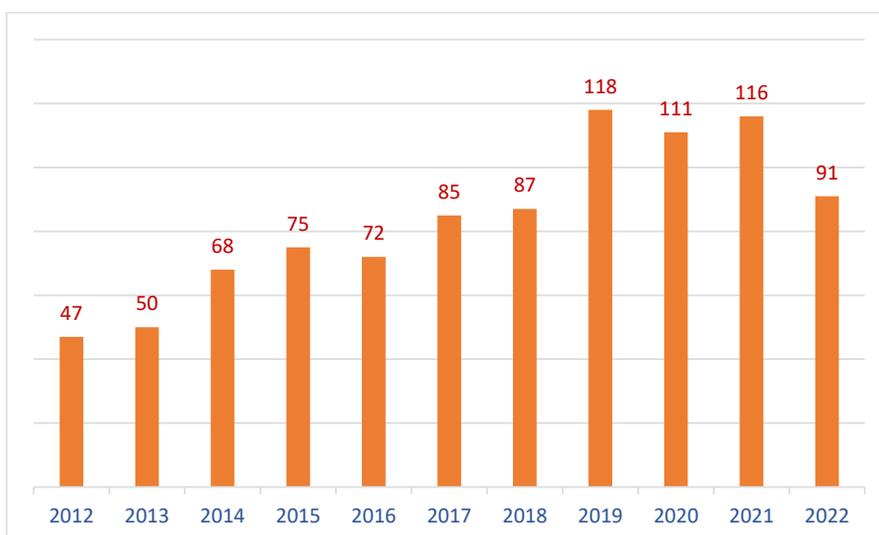
AR, 2017) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2016) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2015) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2014) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2013) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2012)) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA, "BUSI"))

3.2.3 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

Se utilizaron los programas VOSviewer y Excel para analizar los datos y contestar las preguntas de investigación. VOSviewer permite a los investigadores crear y visualizar redes de bibliometría, mapas de calor sobre las relaciones entre autores, fuentes, países, palabras claves y otras (van Eck & Waltman, 2010). Además, permite analizar co-autorías, co-ocurrencias y co-citaciones, todo esto permite además llevar a cabo análisis de conglomerados sobre los temas más representativos de la literatura sobre un tema. Excel, sus hojas de cálculo y fórmulas permitieron generar y editar tablas y gráficos.

3.3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados muestran un creciente interés por la investigación en este tema (ver Gráfica 1) podemos notar que 920 artículos fueron publicados en el período 2012-2022, según los criterios de búsqueda utilizados. Hay que considerar además que el año 2022 (91 artículos) no ha concluido y puede ser que el número de publicaciones aumente al cerrar las ediciones del año. Se puede destacar además que los años 2020 (116 artículos) y 2021 (111 artículos) estuvieron marcados por la pandemia Covid-19 y eso puede haber influido en el crecimiento de las publicaciones, aun así la disminución fue poco significativa en relación al año 2019 (118 artículos).

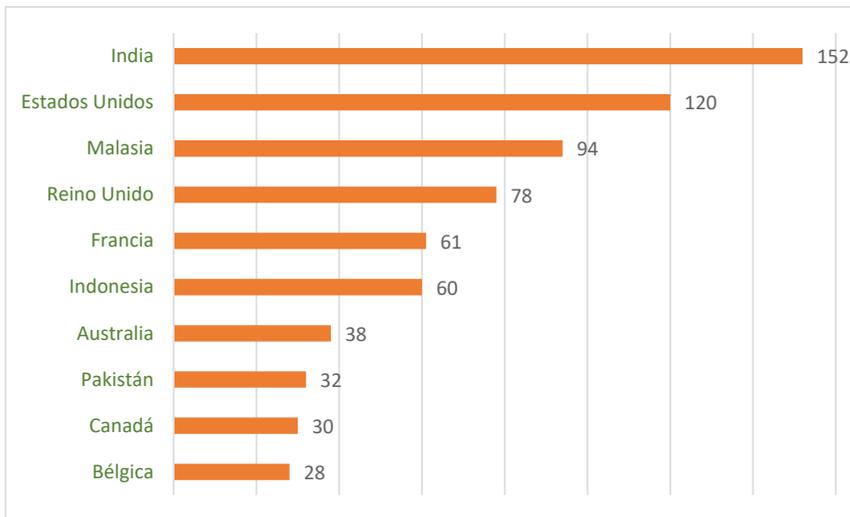


Gráfica 1: Cantidad de artículos publicados por año.

En lo que respecta a los países que lideran las publicaciones en el tema, se tomaron en cuenta los diez con mayor número de artículos publicados, y tenemos que India es el país que más artículos de origen presenta en los últimos 10 años (152) tal como se puede apreciar en la Gráfica 2. Estados Unidos se coloca en segundo lugar con 120 artículos.

Hay que señalar que en el listado constan seis países desarrollados (Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Australia, Canadá y Bélgica) y cuatro países en vías de desarrollo, pero que han alcanzado grandes avances en materia económica (India, Malasia, Indonesia y Pakistán).

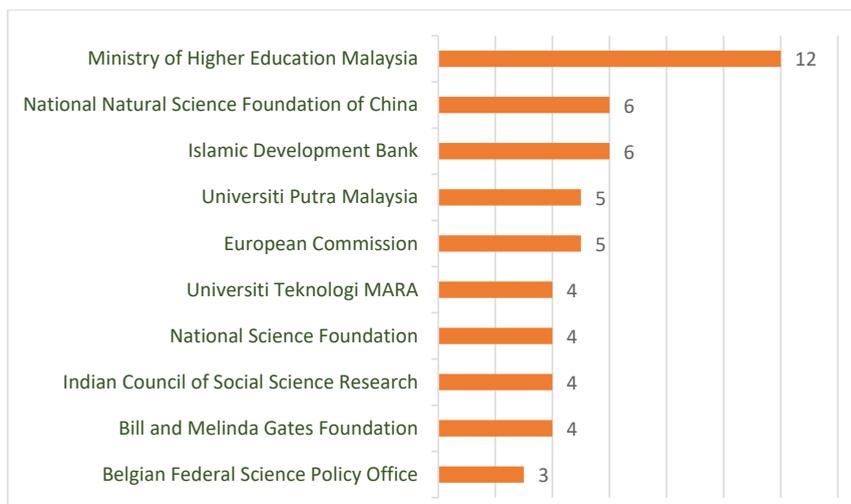
En cuanto a las instituciones que aportan fondos a la investigación en el tema de microfinanzas, se ha elaborado un ranking de las 10 más importantes (ver Gráfica 3), en donde se puede apreciar que la mayoría de ellas son instituciones gubernamentales que promueven el desarrollo influyendo en las políticas públicas, además se encuentran organizaciones no gubernamentales y una sola fundación privada, la que dirige Bill Gates.



Gráfica 2: Cantidad de artículos publicados por país.

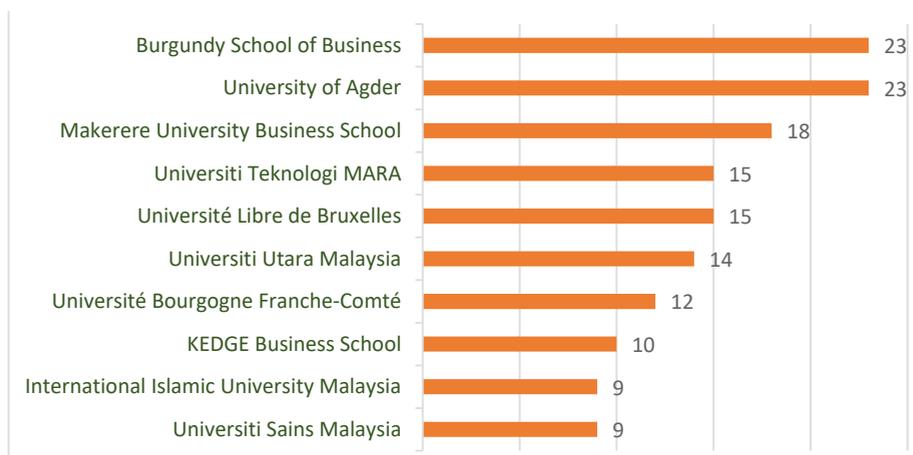
Se puede apreciar además que los países a los que pertenecen estas instituciones, en los primeros puestos, son países en vías de desarrollo. Esto muestra una vez más el creciente interés por estudiar los efectos de las microfinanzas en el desarrollo tanto económico como social.

En lo que respecta a la afiliación de los autores que más han publicado artículos sobre este tópico, tenemos que la Burgundy School of Business que es de Francia, y la Universidad de Agder que está en Noruega, son las que lideran el ranking (23 artículos cada una), aquí encontramos también una mezcla entre países desarrollados y en vías de desarrollo (Gráfica 4).



Gráfica 3: Principales instituciones aportantes de fondos para las investigaciones sobre microfinanzas

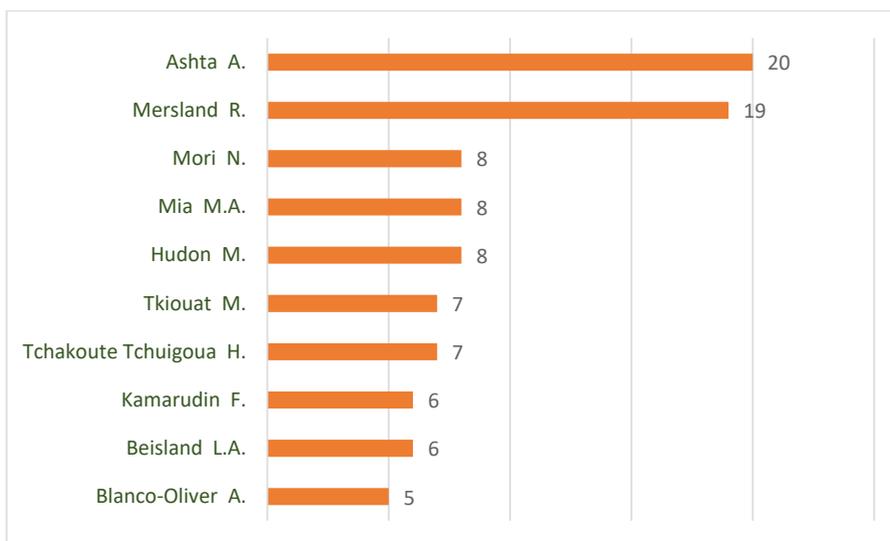
En la Tabla 1 se puede observar una recopilación de datos relevantes sobre las revistas científicas que han publicado los artículos más citados sobre el tema de microfinanzas, en los últimos 3 años. Esto es muy útil para los investigadores que desean conocer el estado del arte de la literatura y con ello identificar vacíos en conocimientos y metodologías, además de establecer futuras rutas de investigación. Aquí podemos observar el último factor de impacto y de citas, además de los artículos, el número de citas y la editorial. Se puede notar que prevalecen las editoriales que se encuentran ampliamente establecidas debido a su prestigio, y que editoriales pequeñas



Gráfica 4: Cantidad de artículos por afiliación

Tabla 1-Principales revistas científicas, ranking, artículos mas citados desde 2019 y editorial

Journal	SJR 2021	Cite Score 2021	Most cited article since 2019	Times Cited	Publisher
Strategic Change	0.497	3.2	Artificial intelligence and fintech: An overview of opportunities and risks for banking, investments, and microfinance	10	Wiley-Blackwell
Journal of Business Ethics	2.438	10.8	The Commercialization of the Microfinance Industry: Is There a 'Personal Mission Drift' Among Credit Officers?	29	Springer Nature
International Journal of Rural Management	0.372	1.4	Efficiency of Microfinance Institutions in India: A Two-Stage DEA Approach	8	SAGE
International Journal of Scientific and Technology Research (discontinued)	No data	No data	Does microfinance affect poverty reduction and inequality in indonesia?	1	IJSTR
International Journal of Applied Business and Economic Research (discontinued)	No data	No data	None	0	Serials Publication
Journal of Economic Behavior and Organization	1.107	2.3	Charitable giving or signaling? Voluntary contributions by microcredit borrowers in Pakistan	1	Elsevier
Journal of Islamic Accounting and Business Research	0.359	2.2	Murabaha syndrome of Islamic banks: a paradox or product of the system?	35	Emerald
Cogent Business and Management	0.409	2.9	The impact of financial and social performance of microfinance institutions on lending interest rate: A cross-country evidence	9	Cogent OA
International Journal of Business and Society	0.237	1.3	Determinants of micro-enterprise success through microfinance institutions: A capital mix and previous work experience	4	Universiti Malaysia Sarawak
Journal of Sustainable Finance and Investment	0.642	4.5	Women participation in achieving sustainability of microfinance institutions (MFIs)	4	Taylor & Francis



Gráfica 5: Principales autores y cantidad de artículos publicados

Que publicaron artículos muy citados, ya no pertenecen a la base de datos Scopus. Un dato muy importante a tomar en cuenta a la hora de decidir donde publicar artículos de alto impacto.

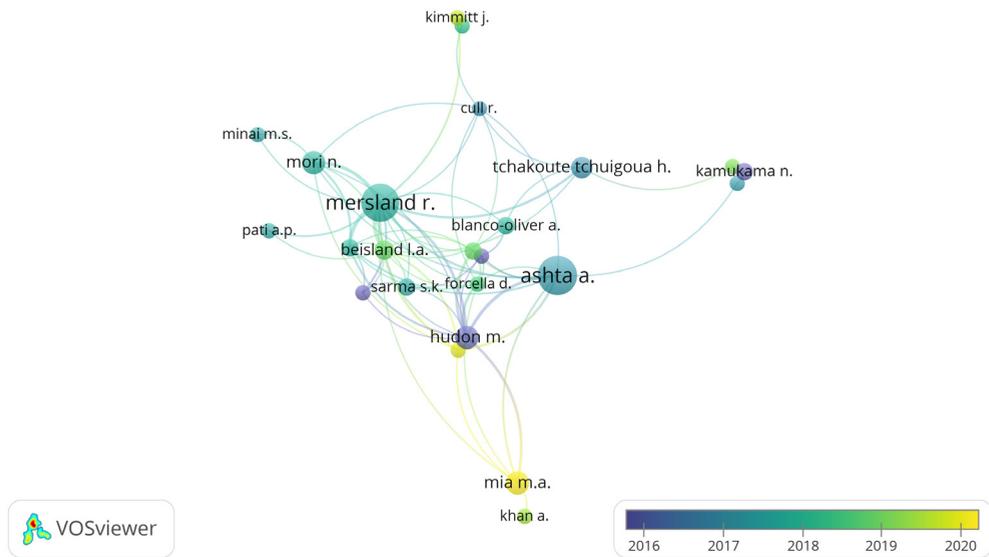
En la Gráfica 5, por otro lado, podemos observar los principales autores sobre el tema, así como el número de artículos publicados en el periodo estudiado. Esta información se complementa con la presentada en la Tabla 2, en donde se puede apreciar adicionalmente, el numero de citas, la afiliación y el país de origen de estos autores (en toda su obra, no del tema específico).

Los autores mas prolíficos en el tema, se muestran también en la Gráfica 6, en esta ocasión revelando las co-citaciones. Esto grafica las veces en que dos autores se han citado mutuamente en un trabajo de investigación y tiene como finalidad relacionar las fuentes con su contenido. En este caso se restringieron a 15 autores y en el gráfico se puede notar la cantidad (puntos más grandes) y el año de publicación (según los colores) pudiendose resaltar las mas recientes investigaciones por autor. En este caso se observa la mayor influencia del trabajo de Ashlan y Mersland sobre el tema, pero además que el autor mas reciente en influir con las citas cruzadas es Mia.

Tabla 2-Autores con mayores citas, su afiliación y país de origen.

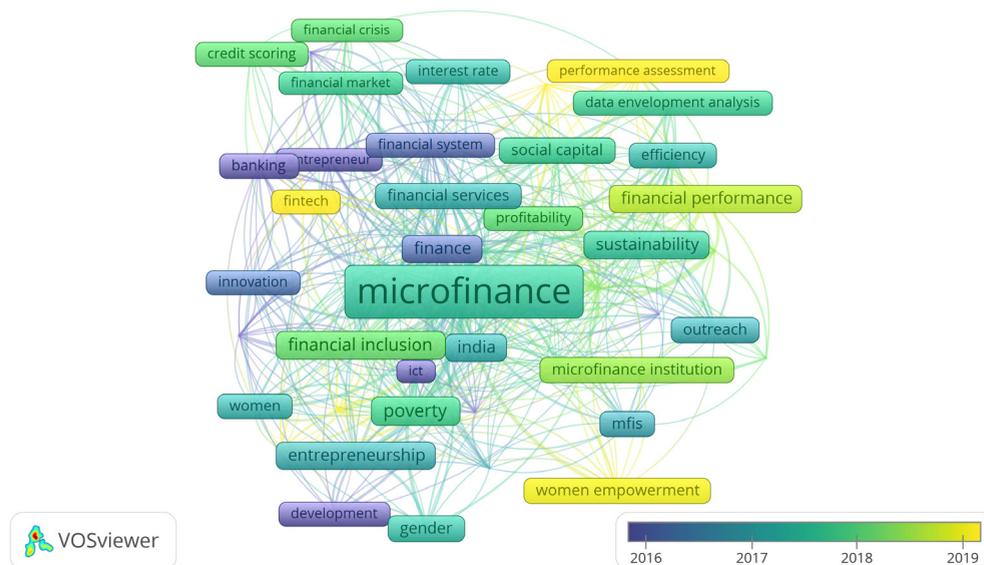
Author	Citations	h index	Affiliation	Country
Ashta, Arvind	333	10	Burgundy School of Business	France
Mersland, Roy	2.260	24	University of Agder	Norway
Hudon, Marek	1037	19	Solvay Brussels School of Economics and Management	Belgium
Mia, Md Aslam	234	8	Universiti Sains Malaysia	Malaysia

Mori, Neema	171	8	University of Agder	Norway
Tchakoute-Tchuigoua, Hubert	260	8	KEDGE Business School	France
Tkiouat, Mohamed	381	8	Ecole Mohammadia d'Ingenieurs, Mohammed V University in Rabat	Morocco
Beisland, Leif Atle	277	9	University of Agder	Norway
Kamarudin, Fakarudin	957	22	Universiti Putra Malaysia	Malaysia
Blanco-Oliver, Antonio J.	250	8	Universidad de Sevilla	España



Gráfica 6: Autores más prolíficos y co-citaciones en el periodo 2012-2022

La Gráfica 7 muestra las palabras clave más utilizadas y allí encontramos igualmente que el tamaño representa la cantidad de veces que se repiten en el periodo estudiado, además que los colores representan los años. De esto se desprende que la palabra clave más utilizada es “microfinanzas” seguido por las palabras “inclusión financiera” y “sostenibilidad”, pero si nos fijamos en las palabras.



Gráfica 7: Palabras clave más utilizadas en el periodo 2012-2022

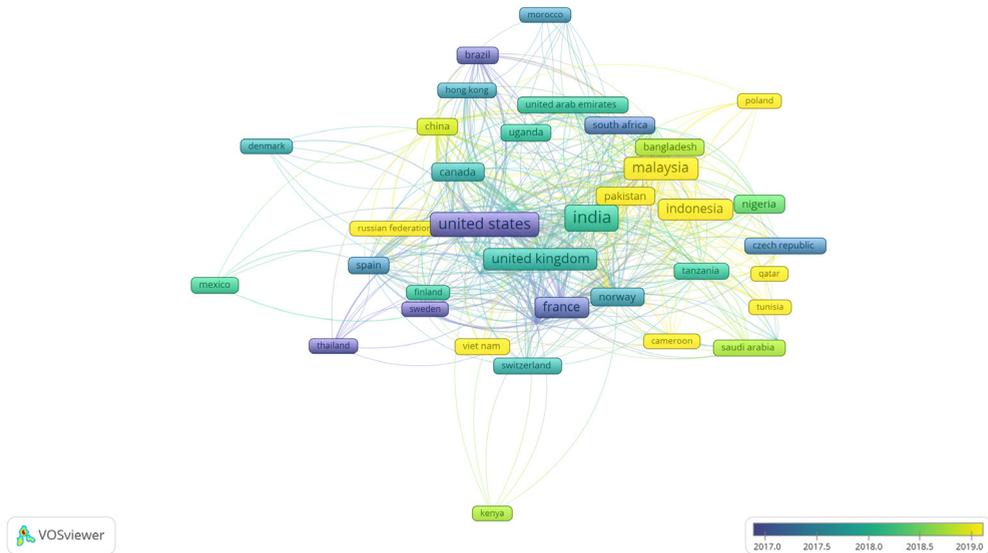
Clave más recientes, éstas son “empoderamiento de la mujer”, “fintech” y “evaluación financiera”. Esto último es importante a la hora de señalar las nuevas fronteras de la investigación en el campo de las microfinanzas.

Finalmente, la Gráfica 8 nos muestra el listado de los 10 principales países en co-ocurrencia, lo que significa que muestra conceptos entrelazados que se estudian en las publicaciones de esos países. De esta forma podemos apreciar que el país con mayor influencia es Estados Unidos, seguido de Reino Unido. Sin embargo, si nos interesa conocer lo más reciente, encontramos que Malasia, Indonesia y Pakistán lideran la investigación. Los siguientes países de la lista en investigaciones más recientes son China, Rusia, Camerún, Vietnam, Qatar y Túnez, no exactamente en ese orden, pero lo importante a destacar es que todos son países en vías de desarrollo, lo cual muestra una vez más el interés de las economías que se esfuerzan por crecer y llegar a ser potencias regionales por lo menos.

3.4 CONCLUSIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES

La presente investigación mostró una revisión del desarrollo de la investigación sobre microfinanzas basado en 920 artículos encontrados en la base de datos de Scopus. Las publicaciones han crecido en los últimos años y se espera que sigan aumentando. Se han descubierto un gran número de artículos y una fuerte colaboración internacional entre varios países. Algunas instituciones proveen fondos a los investigadores de otros países para expandir sus colaboraciones. También se exploraron campos que se están abordando actualmente, tales como Fintech y el empoderamiento de la mujer.

Este trabajo tiene limitaciones, las mismas que están establecidas en los criterios de búsqueda que se enumeraron en la introducción y la metodología. Por esto, los resultados no cubren todos los espectros de la investigación en microfinanzas y que se encuentran disponibles en Scopus. Se propone que futuras investigaciones puedan buscar con otras palabras clave relacionadas como “microcrédito”.



Gráfica 8: Países con mayores investigaciones y su co-ocurrencia en el periodo 2012-2022

Por ejemplo. Además, se pueden incluir los trabajos que hacen metátesis o metaanálisis y buscar también en otra base de datos como Web of Science y así realizar un estudio más integral.

El análisis bibliométrico podría expandirse a otras posibilidades que ofrece el software para tener mayores datos que analizar y evitar sesgos. Finalmente, futuras investigaciones deberían introducir nuevas clasificaciones y herramientas, eso ayudaría mucho a identificar nichos con temas para futuras investigaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bansal, Shagun; Singh, Anjani Kumar (2019). Examining the social and entrepreneurial development of women through Microfinance in Indian context. *Journal of Management Development*, ahead-of-print(ahead-of-print), -. doi:10.1108/jmd-05-2019-0146
- Begum, Halima; Alam, A.S.A. Ferdous; Mia, Md Aslam; Bhuiyan, Faruk; Ghani, Ahmad Bashawir Abdul (2018). Development of Islamic microfinance: a sustainable poverty reduction approach. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, (), JEAS-01-2018-0007-. doi:10.1108/JEAS-01-2018-0007

- Chiu, T. (2015), Factors influencing microfinance engagements by formal financial institutions. *Journal of Business Ethics*, Vol. 143 No. 3, pp. 565-587.
- García-Pérez, Iciar; Muñoz-Torres, María Jesús; Fernández-Izquierdo, María Ángeles (2018). Microfinance institutions fostering sustainable development. *Sustainable Development*, (), -. doi:10.1002/sd.1731
- Hermes, Niels; Hudon, Marek (2018). DETERMINANTS OF THE PERFORMANCE OF MICROFINANCE INSTITUTIONS: A SYSTEMATIC REVIEW. *Journal of Economic Surveys*, (), -. doi:10.1111/joes.12290
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>.
- Leite, Rodrigo de Oliveira; Mendes, Layla dos Santos; Sacramento, Luiz Claudio (2019). To profit or not to profit? Assessing financial sustainability outcomes of microfinance institutions. *International Journal of Finance & Economics*, (), -. doi:10.1002/ijfe.1718
- Mhando, Frank; Dovel, Kathryn; Jennings Mayo-Wilson, Larissa; Rwehumbiza, Deusdedit; Thompson, Noah; Nwaozuru, Ucheoma; Rehani, Abubakar; Iwelunmor, Juliet; Nelson, LaRon E.; Conserve, Donaldson Fadael (2020). Microfinance and Peer Health Leadership Intervention Implementation for Men in Dar es Salaam, Tanzania: A Qualitative Assessment of Perceived Economic and Health Outcomes. *American Journal of Men's Health*, 14(4), 155798832093689–. doi:10.1177/1557988320936892
- Martínez-Climent, C., Zorio-Grima, A., & Ribeiro-Soriano, D. (2018). Financial return crowdfunding: Literature review and bibliometric analysis. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(3), 527–553. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0511-x>.
- Hassan, Kabir; Muneer M. Alshater; Rashedul Hasan; Abul Bashir Bhuiyan; (2021). Islamic microfinance: A bibliometric review . *Global Finance Journal*, (), -. doi:10.1016/j.gfj.2021.100651
- Parwez, Sazzad; Patel, Ruchi; Shekar, K. Chandra (2017). A Review of Microfinance-Led Development: Evidence from Gujarat. *Global Social Welfare*, (), -. doi:10.1007/s40609-017-0095-3
- Paltrinieri, A., Hassan, M. K., Bahoo, S., & Khan, A. (2019). A bibliometric review of sukuk literature. *International Review of Economics and Finance*. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2019.04.004>.
- Rahman, Mohammad Mafizur; Khanam, Rasheda; Nghiem, Son; Connelly, James (2017). The effects of microfinance on women's empowerment: new evidence from Bangladesh. *International Journal of Social Economics*, (), 00–00. doi:10.1108/IJSE-02-2016-0070

Rasel, Md. Ali; Win, Sandar (2020). Microfinance governance: a systematic review and future research directions. *Journal of Economic Studies*, ahead-of-print(ahead-of-print), -. doi:10.1108/jes-03-2019-0109

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DEL COVID-19, IMPACTO EN EL TURISMO DE LAS COMUNAS OLON Y AYANGUE PERTENECIENTES A LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, EN EL PERÍODO DEL 2020-2022

Econ. Hugo Álvarez Plua, MBA¹
Jordana Cuello, Jennifer Velez
Alex Cesar Malave Del Valle

RESUMEN

El turismo es un importante motor de la economía de Ecuador. En el contexto internacional, el sector turístico aporta con el 9,8% del PIB, empleando a una de cada 10 personas en el planeta, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo. La falta de políticas y estrategias, claras y bien definidas propuestas por el estado, han provocado que balnearios como Ayangue y Olón, sufran congestionamientos provocando malestar en los turistas tanto nacio-

¹ <https://orcid.org/0000-0003-0176-1314>, Grupo de estudiantes de apoyo de investigación. (Asignatura Investigación). MBA orcid.org/0000-0003-0176-1314

nales como extranjeros repitiéndose la historia durante cada feriado, ocasionando impactos ambientales, como la explotación desproporcionada de los recursos naturales y culturales, que se tornan en crisis afectando su población, sus recursos naturales e inclusive su promoción turística. Esto no afectaba solamente al destino y su imagen, sino que los turistas que buscaban experiencias únicas, pero sobre todo auténticas, terminaron consumiendo productos turísticos masificados. En la actualidad, el turismo afronta nuevos retos en torno al decrecimiento de la economía a nivel mundial a causa de la pandemia; no obstante, a pesar de las fluctuaciones, puede ser una de las actividades importantes que, a largo plazo, ayude a superar problemas económicos, además de representar un papel fundamental en el progreso de la sustentabilidad, si logra convertirse en una actividad respetuosa del entorno y sus pilares fundamentales, al conectarse con la calidad, continuidad y equilibrio en la búsqueda de la mejora continua de la vida de la población local. La transparencia de los indicadores y su difusión a todos los involucrados puede generar nuevos procesos que dinamicen el sector turístico que tuvo una desaceleración en su posicionamiento de sus destinos.

Palabras claves: sector turístico, impactos ambientales, progreso de la sustentabilidad, continuidad y equilibrio, posicionamiento de sus destinos

ABSTRACT

Tourism is an important engine of Ecuador's economy. In the international context, the tourism sector contributes 9.8% of GDP, employing one in 10 people on the planet, which is equivalent to an average of 277 million people, according to the World Travel and Tourism Council. The lack of clear and well-defined policies and strategies proposed by the state have caused resorts such as Ayangue and Olón to suffer congestion, causing discomfort in both national and foreign tourists, repeating history during each holiday, causing environmental impacts, such as the exploitation disproportionate use of natural and cultural resources, which turn into a crisis affecting its population, its natural resources and even its tourism promotion. This not only affected the destination and its image, but also tourists who were looking for unique experiences, but above all authentic, ended up consuming mass tourism products. Currently, tourism faces new challenges around the decline in the global economy due to the pandemic; however, despite the fluctuations, it can be one of the important activities that, in the long term, helps to overcome economic problems, in addition to playing a fundamental role in the progress of sustainability, if it manages to become an activity that respects the environment and its fundamental pillars, by connecting with quality, continuity and balance in the search for the continuous improvement of the life of the local population. The transparency of the indicators and their dissemination to all those involved can generate new processes that boost the tourism sector that had a slowdown in the positioning of its destinations.

Keywords: Tourism sector, environmental impacts, sustainability progress, continuity and balance, positioning of its destinations.

INTRODUCCIÓN

El turismo durante las seis últimas décadas ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndolo en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. Sin embargo, en Ecuador no se observa una estructura que permita distinguir las características específicas de lo que es un producto y atractivo turístico

Olón es un tranquilo pueblo costero con una hermosa y larga playa de arena blanca que alberga una comunidad de lugareños acogedores y una activa comunidad de extranjeros. Esta pequeña ciudad ofrece una variada selección de comida de mar, cocina internacional, frutas y verduras frescas. Además, al ser un pueblo de pescadores, siempre encontrarás pescados y mariscos frescos capturados por los propios pescadores. Todo esto hace que Olón sea un destino popular muy deseado tanto para ecuatorianos, viajeros internacionales y nuevos residentes extranjeros.

La comunidad de Ayangue se compone de bellos paisajes, exuberante naturaleza y espacios propicios para realizar deportes de aventura como buceo y Snorkeling. Cuya población se ha dedicado históricamente a la pesca artesanal y elaboración de artesanías. La cordillera Chongón Colonche abraza a Ayangue hasta extender sus montañas que abarcan varios kilómetros de mar y dejan una playa definida de aguas tranquilas. Esta condición del mar crea las condiciones perfectas para practicar actividades marinas de exploración.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar el impacto del COVID-19, en el turismo de las comunas Olón y Ayangue, pertenecientes del cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena periodo 2020-2022

Objetivos específicos

Analizar el impacto del COVID-19 en lo económico, social y cultural

Analizar el impacto del COVID-19 en lo turístico

Marco teórico

Según el análisis realizado en el portal del Banco mundial (Mundial, 2022), la proyección para América Latina y sus indicadores del PIB desde el año 2019 hasta el año 2022 su comportamiento es una desaceleración continua un desgaste de la calidad de vida de los ciudadanos.

Periodos	PIB	
2019	0,0	0,0
2020	-7,8	7,8
2021	4,4	3,4
2022	3,7	-0,3

2023	3,1	-3,4
2024	2,9	-6,3

Economía global

Para (Santos F Jr Barroso, 2020) el papel que pueden desempeñar los emprendimientos sociales en la consecución de un sistema económico mundial más justo.

El turismo es un complejo sistema socioeconómico multifacético, que está determinado por un conjunto complejo de relaciones, y también incluye una gran cantidad de componentes diversos. Por lo tanto, la economía del turismo debe ser un sistema de múltiples niveles y estudiar los procesos económicos en varias magnitudes de la economía.

El multinivel se refiere a la **economía global**, que respectivamente, estudia la economía del turismo a nivel de la economía mundial o, más bien, de grandes regiones geográficas entre países. A nivel macro, la

Economía del turismo se estudia a nivel de países individuales, en los que la industria del turismo del país se considera como un todo.

La economía del turismo

La economía del turismo es una ciencia que estudia y analiza las relaciones económicas que surgen en la producción, distribución, así como el consumo de productos y servicios turísticos que son necesarios para satisfacer las necesidades y deseos de los viajeros. El tema de la economía del turismo son las relaciones económicas que surgen en la producción, distribución y consumo de productos y servicios turísticos diseñados para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas. (Tabares, 2007)

Las principales direcciones de la economía del turismo están dirigidas a la exportación e importación de turismo. La exportación turística es un procedimiento asociado con un sistema de intercambio de emociones e impresiones de un lugar, mediante la entrada de una cierta cantidad de dinero a la localidad visitada por parte de un turista. (E., 2007)

La demanda turística se acompaña de un conjunto de requerimientos individuales, que reflejan la necesidad de las personas de comprar bienes. (Juan Ignacio Pulido Fernández, 2013)

La **economía y el turismo** de un país se relacionan estrechamente entre sí. Los factores económicos generales tienen efectos tanto positivos como negativos en el turismo. (López Bonilla, 2019)

Factores económicos generales del turismo

Los factores de influencia positiva son:

Crecimiento de los ingresos efectivos, con un aumento de los recursos efectivos los consumidores obtienen más dinero a su disposición, por lo que aumenta la demanda de turismo.

Una distribución más equitativa de los ingresos, cuanto más uniforme sea la distribución de los ingresos en la sociedad, más personas podrán comprar un producto turístico.

Estabilidad del mercado de divisas, si el tipo de cambio de las divisas es estable, la población puede comprarlas en mayor cantidad, y es más fácil planificar las vacaciones en esta situación.

Los factores que tienen un impacto negativo en el turismo son:

Fenómenos de crisis económica

Aumento del desempleo, recortes salariales, etc.

Situación inestable con la moneda, si el tipo de cambio de la divisa es alto, la población puede comprarla menos, lo que significa que un viaje turístico en el extranjero costará mucho más.

IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO

El turismo tiene un gran efecto en la economía de la región en la que se desarrolla. Se pueden distinguir tres direcciones principales del impacto del turismo en la vida de la sociedad: económica, social y humanitaria. (Vázquez Bermúdez, 2009)

La importancia de la economía del turismo, Como fenómeno económico, el turismo es visto desde dos lados: (Cárdenas Tabares, La segmentación del mercado turístico. Comercialización y venta, 2007)

Como un complejo económico, cuyo desarrollo se explica más por las tendencias, los procesos y las relaciones económicas mundiales.

Como el principal catalizador del crecimiento económico. De este modo, el turismo actúa como un canal de redistribución del producto interno bruto. (Raya Vílchez, 2002)

En el mundo actual el turismo:

Tiene una aplicación industrial.

Actúa como un servicio que no puede acumularse y transportarse.

Se caracteriza por un alto nivel de eficiencia y un rápido retorno de la inversión.

Es pionero en el desarrollo económico de los nuevos sectores.

Constituye un medio eficaz para proteger la naturaleza y el patrimonio cultural.

Accesible a prácticamente todos los sectores económicos y actividades humanas.

Se sabe que los ingresos procedentes del turismo extranjero en los países desarrollados son el doble de los ingresos procedentes del comercio internacional de metales no férreos y ferrosos. (Molina E, 2002)

Los ingresos procedentes del turismo se generan como resultado de los gastos de los turistas, que se definen como el monto total de los ingresos de consumo en que incurre un visitante durante su viaje y su estancia en el destino. (Acerenza Delgado, 2006)

La pandemia global generada por el Covid-19, dejó a muchos sectores estratégicos de la economía en una situación preocupante, uno de ellos fue definitivamente el Turismo, el cual en Ecuador según cifras oficiales es uno de los más golpeados. El mundo fue impactado a principios de 2020 con el inicio de una pandemia para la cual nadie estuvo preparado. A mediados de marzo, Ecuador declaró el estado de emergencia sanitaria debido a la afectación causada por el COVID-19. (Cárdenas Tabares, La segmentación del mercado turístico. Comercialización y venta, 1997)

De esta forma se paralizó casi al 100% el aparato productivo del país, cambiando la realidad y marcando fuertemente un antes y un después en todas las actividades.

El Ministerio de Turismo del Ecuador a través de la Dirección de Inteligencia de Mercados, estimó mes a mes, desde marzo 2020, el impacto con respecto a la pérdida por concepto de ingreso de divisas extranjeras, dado el cierre de fronteras y demás limitantes de movilidad que se tomaron para frenar los efectos de la pandemia en Ecuador; sin embargo, con el pasar de los meses, la flexibilización de las medidas y la evolución de la pandemia en el país, se vio la necesidad de contar con un estudio del nuevo comportamiento del turismo nacional.

Bajo este contexto, el Ministerio de Turismo, junto con el apoyo de la Universidad Central del Ecuador, trabajaron para consolidar un grupo público privado de universidades a nivel nacional, mismas que apoyarían a la construcción del estudio de comportamiento del turismo nacional pre y post COVID-19. (Ecuador, Atractivos turísticos del Ecuador, agosto 2022, 2022)

Actividad	Número de empleados	% Participación
Alojamiento y servicios de comida	554.050	6,8 %

El Ministerio de Turismo del Ecuador a través de la Dirección de Inteligencia de Mercados, estimó mes a mes, desde marzo 2020, el impacto con respecto a la pérdida por concepto de ingreso de divisas extranjeras dado el cierre de fronteras y demás limitantes de movilidad que se tomaron para frenar los efectos de la pandemia en Ecuador, sin embargo, con el pasar de los meses, la flexibilización de las medidas y la evolución de la pandemia en el país, se vio la necesidad de contar con un estudio respecto del comportamiento actual del turismo nacional. (Ecuador, Atractivos turísticos del Ecuador, agosto 2022)

Para esto, el Ministerio de Turismo, junto con el apoyo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, trabajaron para consolidar la articulación de un grupo público privado de universidades a nivel nacional, quienes apoyaron a la construcción del estudio de comportamiento del turismo nacional pre y post COVID-19. El estudio busca evidenciar el comportamiento del turista nacional antes y después de la afectación de la crisis sanitaria, generar una línea de tendencia con respecto a las variantes de comportamientos, analizar cuáles son sus gustos y preferencias en cuanto a despla-

zamientos y destinos de los residentes en la provincia de Santa Elena y conocer la motivación principal que tendría para poder realizar un viaje turístico este 2020 y el 2021. (Natura, 2006)

La falta de políticas y estrategias, claras y bien definidas propuestas por el estado, han provocado que balnearios como Ayangué y Olón, sufran congestiones provocando malestar en los turistas tanto nacionales como extranjeros repitiéndose la historia durante cada feriado, ocasionando impactos ambientales, como la explotación desproporcionada de los recursos naturales y culturales, que se tornan en crisis afectando su población, sus recursos naturales e inclusive su promoción turística. Esto no afectaba solamente al destino y su imagen, sino que los turistas que buscaban experiencias únicas, pero sobre todo auténticas, terminaron consumiendo productos turísticos masificados.

En la actualidad, el turismo afronta nuevos retos en torno al decrecimiento de la economía a nivel mundial a causa de la pandemia; no obstante, a pesar de las fluctuaciones, puede ser una de las actividades importantes que, a largo plazo, ayude a superar problemas económicos, además de representar un papel fundamental en el progreso de la sustentabilidad, si logra convertirse en una actividad respetuosa del entorno y sus pilares fundamentales, al conectarse con la calidad, continuidad y equilibrio en la búsqueda de la mejora continua de la vida de la población local

MÉTODOS Y MATERIALES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es exploratoria para poder determinar los problemas que tiene estas comunidades antes y después del aislamiento forzoso decretado por los organismos de salud, en lo que se pudo visualizar que no existía un plan de contingencia que permita actuar frente a las emergencias, económicas, sociales y políticas. (Raya Vilchez, 2002)

Para realizar la investigación se utilizó dos recursos como fueron una encuesta no probabilística a las personas y una entrevista a los turistas para poder obtener una visión de los problemas comunes que tiene la comunidad.

Se consultó a las personas que realizan actividades sobre las estrategias de reactivación económica implementados por entes gubernamentales.

Se pudo evidenciar que las medidas adoptadas no tuvieron el impacto esperado ya que la mayoría de los consultados expresaron que existía un perjuicio en todas las actividades

Las unidades productivas relacionadas a las actividades de ocio y recreación son muy sensibles y durante la pandemia estas decaen dejando a las empresas un dilema de supervivencia lo cual se ajusta a generar créditos en instituciones financieras para cubrir deudas.

Las restricciones adoptadas por los organismos de control resultaron contraproducentes, esto en el aspecto que ninguna actividad se podría realizar bajo ninguna condición lo cual deja sin planes emergentes a las unidades productivas.

Luego del confinamiento se consulto si el panorama mejora para las personas que están asentadas en las comunas donde se realizo la investigación y su respuesta sigue sin mayor cambio ya que el factor político no les ha permitido implementar acciones de crecimiento solo ajustes paliativos para modificar sus actividades al nuevo contexto.

Se sondeo como está la percepción de entorno económico y la mayoría considera que esta mala o muy mala esto se debe que el costo operacional es alto y los ingresos no justifican la inversión realizada acompañada por la limitante de liquides monetaria todo esto aqueja al entorno de la demanda de este servicio que es sensible la cual una variación provoca una corrida de las personas.

En el trabajo que se realizó se pudo determinar que el factor económico es el principal elemento que no permite despegar al sector turístico, mientras el mercado financiero no se establezca y el sector comercial busca recuperar los ingresos no percibidos, el sector turístico debe de continuar a la expectativa de las oportunidades sociales.

En los periodos analizados se evidencio que la falta de planificación a corto plazo no permitido aplicar planes que mitiguen los efectos de la recesión que sufrió el sector turístico.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En la investigación realizada se pudo determinar varios factores que se dieron en la pandemia:

Las medidas adoptadas no fueron eficientes para detener la propagación del virus y sus consecuencias.

Los operadores turísticos no tenían un plan de contingencia que les permita afrontar situaciones similares o iguales a las acontecidas

Las actividades realizadas en el sector turístico son sensibles y se requiere de planes dirigidos al fortalecimiento y sostenimiento de las unidades productivas

Una gran parte de los operadores turísticos no están conforme con los planes aplicados a este importante sector de la economía turística ya que están afectados y no pueden acceder a planes blandos que les permitan reinvertir en nuevas estrategias de posicionamiento y recuperación del mercado perdido.

CONCLUSIONES

La investigación realizada a las dos comunas nos da como resultados

Que las comunidades no estaban preparadas para pasar sin realizar actividades que generen ingresos diarios, esto se ve reflejado en el alto nivel de endeudamiento que las unidades productivas tienen.

El PIB bajo al (-0.3) y se proyecta a seguir descendiendo en los siguientes años hasta transformarse en un rubro negativo. (fuente BM)

Las comunidades no cuentan con planes estratégicos a largo plazo que les permita realizar mejoras en sus infraestructuras para proyectarse en el mediano plazo.

El nivel de pérdida en este sector asciende a 280,8 millones en el 2021 se registra mayor cantidad de salida de divisas por actividades relacionada. (fuente MINTUR)

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza Delgado, M. Á. (2006). *Funcionamiento y organización institucional del turismo*. México D. F. (México): Trilla.
- Cárdenas Tabares, F. (1997). *La segmentación del mercado turístico. Comercialización y venta*. México D. F. (México): Trilla.
- Cárdenas Tabares, F. (2007). *La segmentación del mercado turístico. Comercialización y venta*. México D. F. (México): Trilla.
- E., S. M. (2007). *undamentos del nuevo tTurismo / Fundamentals of New Tourism: De La Fase Industrial a La de Innovacion / From Industrial Stage to Innovation*. España : Editorial Trillas Sa De Cv.
- Ecuador, M. d. (30 de Agosto de 2022). Atractivos turísticos del Ecuador, agosto 2022. Quito, Ecuador, Ecuador.
- Ecuador, M. d. (2022). *Atractivos turísticos del Ecuador, agosto 2022*. Quito: Registro oficial.
- Juan Ignacio Pulido Fernández, P. J. (2013). *Estructura económica de los mercados turísticos*. España: Síntesis.
- López Bonilla, J. M. (2019). *Manual de investigación de mercados turísticos*. Madrid: , Ediciones Pirámide.
- Molina E, S. (2002). *Planificación integral del turismo. Un enfoque para Latinoamérica*. Mexico D.F: Trilla.
- Mundial, B. (7 de junio de 2022). *Perspectivas económicas mundial* . Obtenido de Perspectivas económicas mundial : <https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects>
- Natura, F. (2006). *Conservación y aprovechamiento sostenible del capital natural, turismo de naturaleza y etnoturismo. Proyecto Frontera Sur*. Quito: Ministerio del Ambiente.
- Raya Vilchez, J. M. (2002). *Estadística aplicada el turismo*. Madrid España: Pearson Educación, .
- Santos F Jr Barroso, M. d. (20 de Abril de 2020). *La economía global y los emprendimientos sociales*. Obtenido de Revista De Economía Mundial, (35): <https://doi.org/10.33776/rem.v0i35.4747>

Tabares, F. C. (2007). *La Segmentación Del Mercado Turístico/ the Segmentation of the Tourist Market: Comercialización Y Venta/ Marketing and Sales (Spanish Edition)*. España: Editorial Trillas Sa De Cv.

Vázquez Bermúdez, I. (2009). *Introducción a la economía en el sector turístico*. Madrid: Síntesis.

LINKOGRAFÍA

<https://docs.google.com/forms/d/1IUUm-0d-vyP2W-BV2InIQjWhR9WGjYNxr-7QeDJaJmCVI/edit#responses>

<https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/520/469>

https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UPSE_5ea4ad25ea25e325f4e24e941aa39206

https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/24304/1/Art%C3%ADculo%20de%20Tesis_Borja-Herrera%20Sanchez.pdf

https://www.researchgate.net/publication/290355478_Valoracion_de_Impactos_Ambientales_relacionados_con_las_aguas_subterranas_y_turismo_en_las_Comunas_de_Manglaralto_y_Olon_Ecuador_Aplicacion_de_la_Huella_Ecologica

<https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/494/447>

CAPÍTULO 5

PRODUCCIÓN DE HUEVOS DE CODORNIZ COMO APORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO, PROVINCIA DE SANTA ELENA QUAIL EGGS PRODUCTION AS A CONTRIBUTION TO ECONOMIC DEVELOPMENT, PROVINCE OF SANTA ELENA

María Fernando Alejandro Lindao¹

Jhonny Reyes de la Cruz²

RESUMEN

En la actualidad uno de los principales ejes del desarrollo de economía mundial es la producción de nuevos productos nutritivos que permitan abastecer a la población de alimentos de calidad en un mercado muy competitivo. La cotornicultura es una alternativa para satisfacer una de las necesidades básicas del ser humano y la rentabilidad que se puede obtener de la producción de huevos de codornices aporta al desar-

¹ orcid.org/0000-0003-0938-4488

² Universidad Facultad de Ciencias Administrativa Estatal Península de Santa Elena. orcid.org/0000-0001-5920-9560

rollo de la economía de sectores rurales. El presente estudio tiene como objetivo central determinar la factibilidad financiera para la producción de huevos de codorniz en la comuna Río Verde de la Provincia de Santa Elena. El enfoque de investigación cuantitativa puede demostrar datos precisos sobre la demanda del producto, así como el establecimiento de los costos y utilidad neta de la producción de huevos de codorniz, la evaluación de la rentabilidad económica de la producción de huevos de codorniz mediante los principales indicadores: tasa interna de retorno (TIR), valor actual neto (VAN) y relación Beneficio Costo (B/C), los resultados obtenidos determinaron el nivel de rentabilidad en la producción de huevos de codorniz y su aportación al desarrollo económico de la provincia.

Palabras claves: rentabilidad, mercado, desarrollo económico.

ABSTRACT

At present one of the main axes of the development of world economy is the production of new nutritious products that allow to supply the population of quality foods in a very competitive market. Cotorniculture is an alternative to satisfy one of the basic needs of the human being and the profitability that can be obtained from the production of quail eggs contributes to the development of the economy of rural sectors. The present study has as main objective to determine the financial feasibility for the production of quail eggs in the Río Verde commune of the Province of Santa Elena. The quantitative research approach can demonstrate accurate data on the demand for the product, as well as establishing the costs and net profit of quail egg production, assessing the economic profitability of quail egg production using the main indicators : Internal rate of return (IRR), net present value (NPV) and Cost Benefit relation (B / C), the results obtained determined the level of profitability in the production of quail eggs and their contribution to the economic development of the province.

Keywords: Profitability, market, economic development

INTRODUCCIÓN

La cría de codornices en Ecuador es una actividad nueva desde hace 25 años, pero en la última década, la cría y producción ha tenido gran crecimiento para las personas que se dedican a este negocio emprendedor. La cotornicultura se puede realizar sin ningún problema, la misma que no requiere de grandes espacios, estas aves son resistentes a enfermedades y se adaptan cómodamente a todo clima. En la actualidad aproximadamente se encuentran unas **207 179** codornices en producción en el Ecuador. La codorniz es capaz de producir alrededor de 300 huevos al año, siendo así el consumo per cápita de 4,44 huevos por persona. La producción de huevos de codorniz se la considera en el país como un negocio muy interesante debido al crecimiento que ha tenido en estos últimos años (Uzcátegui E, 2013)

Las codornices son aves pequeñas y poco conocidas, se presentan como una alternativa ventajosa de alimentación, y como medio de generación de ingresos para quienes deseen incursionar en la práctica de la cotornicultura. Esta ave tiene varias características interesantes, una de ellas es que son muy resistentes a las enfermedades debido a la escasa cantidad de grasa que tiene en su cuerpo, resalta de las demás aves por su alto valor nutritivo tanto en carne como en huevos, su crecimiento es rápido, y su cría puede ser realizada en pequeños espacios, debido a que se adaptan con facilidad a todo clima (Mendizábal P, 2005)

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC (2010), en el Censo de Población y Vivienda, indica que la provincia de Santa Elena, tiene una población de 308 693 habitantes, mismo que está distribuido en sus tres cantones, por lo que para satisfacer la demanda poblacional se necesitará aproximadamente una producción anual de 1'370596 huevos de codorniz.

Para la recolección de los datos se usa métodos de investigación, a través de las encuestas y entrevistas realizadas al mercado se logró ejecutar el análisis e interpretación de los resultados, con la finalidad de conocer la aceptación aproximada del producto.

5.1 REVISIÓN LITERARIA

5.1.1 COTORNICULTURA

La cotornicultura es una actividad zootécnica de cría y manejo de codornices de muy buen rendimiento que se la puede realizar en corto tiempo y espacio, al mismo tiempo se puede aprovechar la producción de carne y huevos que son una fuente proteica para el consumo humano (Díaz, Briceño y Cabrera, 2008).

Barratt Sarah y Barratt Martin (2013) manifiesta que la cotornicultura es una fuente de ingreso en el país con una creciente demanda en el mercado, es una actividad derivada de la zootecnia cuya finalidad es la cría de codornices, bajo el correcto manejo del hombre. Este estudio se centra totalmente en la producción de huevos de codorniz, por ser una actividad que ha despertado un interés atractivo en el mercado ha tenido un crecimiento lento pero continuo debido a esto la demanda se ha incrementado. Los aspectos básicos que se consideran son controlar el manejo en alimentación, sanidad y reproducción, instalaciones adecuadas, y las plazas donde este producto será ofertado, para esto se identifica las necesidades primordiales, lo que evitará pérdidas y una visión proyectada de crecimiento en el negocio.

La producción de huevos de codorniz incrementa debido a su alto valor nutricional que supera los que otorga el huevo de gallina, además posee bajo colesterol que lo hace muy atractivo para el consumo de las familias. La implementación de esta producción en la provincia dará acceso a las familias a comprar el producto a precios convenientes y que mejore la calidad alimenticia en sus hogares. Esto provoca impor-

tantes beneficios para una dieta equilibrada en las personas de todas las edades, de igual manera constituye una importante actividad económica, pues se ha convertido en una alternativa para generar ingresos.

Sánchez C. (2004) indica que un punto muy importante es la tranquilidad que deben tener en las instalaciones de las ponedoras. Los trabajos diarios de revisión, limpieza, lavado de bebederos, evacuación de excrementos y recolección de huevos deben efectuarse a la misma hora todos los días, preferible en las primeras horas de la mañana.

El personal encargado debe usar el mismo color de vestimenta para que los animales se acostumbren a él. El manejo debe ser lento y sin ruidos, además es necesario cuatro machos en jaulas pajарeras, separados por cada mil ponedoras, para que con su canto estimulen la postura de las hembras.

Como recomendación es necesario una temperatura de 18 a 24°C para esta etapa, teniendo cuidado con los extremos de temperatura que pueden ocurrir en invierno y verano; pero lo más significativo en esta etapa es que evitar los cambios bruscos que pueden causar interrupción de la postura.

Los huevos de codorniz poseen altos valores nutritivos de proteínas, minerales y vitaminas, cuyas características son: de forma ovalada, tamaño aproximado de 3 cm de largo y 2 cm de ancho, de color blanco con manchas cafés y negras, pesa alrededor de 10-12 gr.

Codorniz japónica

Esta raza de codorniz *Coturnix Japónica*, es la más recomendable para la producción de huevos porque posee la característica de ponedora y adaptable a cualquier temperatura, se dice es originaria de Asia con un peso aproximado de 128 gramos, con consumo diario de alimento de 22 a 25 grs; la hembra es una ave muy precoz.

Huevo de codorniz

Padilla Á.F. y Cuesta L.A. (2006) señala que la producción de huevos es una actividad rentable que permite el desarrollo socioeconómico de varias familias del Ecuador, la raza utilizada para una alta producción es la codorniz japonesa y la cría se la realiza recomendablemente en jaulas evitando así pérdidas del producto y facilitando el manejo.

Siendo las codornices animales con alto índice de precocidad, a diferencia de la gallina, la hembra suele llegar a la etapa de postura aproximadamente a los 40 días de vida, con un consumo de alimento por cada huevo de 23 gramos.

Esta ave es un animal rústico resistente a enfermedades, la producción normal de cada animal es de 300 huevos por año, son de color marrón oscuro con blanco con un peso alrededor de 15 gramos, midiendo 3,14 cm en su diámetro longitudinal, y 2,41 cm en su diámetro transversal.

5.2 ESTUDIO DE MERCADO

Según Peñalver P. (2009), realizar un estudio de mercado abarca la recolección de datos, el registro, procesamiento y análisis de la información recolectada, la cual valdrá para revelar si es posible la implementación de este estudio y tomar las decisiones adecuadas. Demanda

La producción y consumo de huevos de codorniz ha crecido en el país desde hace varios años, la necesidad de consumir. En Santa Elena los huevos de codorniz son consumidos por niños y adultos, debido a esto nace la idea de implementar la producción en la provincia para brindar calidad y precios cómodos para los consumidores. (Lira Briceño P, 2015), en definitiva, de lo que se trata es de lograr la máxima satisfacción del cliente y la de la empresa, para lo que ambas partes deben llegar a un acuerdo sobre el precio.

5.2.1 ANÁLISIS ECONÓMICO

Herz Ghersi J. (2015). indica que el análisis económico simboliza el movimiento de los valores que genera la empresa, al mismo tiempo refleja los cambios dados en los balances representativos de la estructura financiera, analizando la evolución de la entidad mostrando al final la rentabilidad generada sobre el capital utilizado. Ofrece información primordial para conocer el Estado Financiero actual durante el tiempo determinado.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según Chu Rubio M. (2015), esta técnica de valoración se encarga de medir la rentabilidad que han generado los ingresos y egresos actuales de la entidad, se la utiliza para analizar el beneficio que ha generado la inversión de la entidad. Se estima como rentable cuando mayor sea la tasa interna de retorno de un estudio es recomendable invertir, calculando la rentabilidad del estudio durante su vida útil.

Valor Actual Neto (VAN)

Gil A. (2004) indica que este permite calcular el valor presente de los flujos de este toma los ingresos y egresos que están presentes actualmente, determinando cual es el beneficio obtenido por cada dólar invertido en el estudio. (Váquiro J. 2010)

Punto De Equilibrio

Toyama J. y Yamada G. (2007) menciona que el punto de equilibrio es un indicador que permite controlar que las ventas sean igual a los costos, el punto de actividad donde no hay ni pérdidas ni ganancias. Este método relaciona las ventas y gastos, de tal manera indica el ingreso que logra cubrir en forma exacta los gastos, al obtener un volumen inferior de las ventas calculadas con respecto al punto de equilibrio significa que ocasionaría pérdidas y uno superior brinda utilidad.

Horngren C.T., Foster G. y Datar S.M. (2007) mencionan que el costo es la porción financiera que debe cancelarse para adquirir bienes materiales que son necesarios

para el funcionamiento del estudio; aquí intervienen los elementos del costo de producción y se clasifican en:

- **Costo fijo.**- Son aquellos costos que la entidad cancela independiente del nivel de producción, es decir produzca o no, la empresa debe cancelarlos.
- **Costo variable.**- Este hace referencia a los varios costos que intervienen en la producción de un estudio, mismos que varían dependiendo al nivel de producción que se efectúe.

5.3 METODOS

El investigador visualiza la manera práctica y concreta de responder a las preguntas de la investigación, además de cumplir los objetivos fijados. Esto implica seleccionar o desarrollar uno o más diseños de investigación y aplicar al contexto particular de su estudio. El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información deseada. (Bernal C. 2010)

Investigación de campo es un proceso sistemático que consiste en la recolección, análisis y presentación de datos, desarrollado y empleando instrumentos para la obtención de información necesaria, es decir por medio de encuestas y entrevistas en el lugar donde se realiza el estudio, en la provincia de Santa Elena.

Olabuénaga I.R. (2012) indica que el método es un modo de tratar problemas intelectuales y, consecuentemente, puede utilizarse en todos los campos del conocimiento, siendo el entorno del objeto de estudio lo que hace recomendable posibles métodos específicos del tema o campo de investigación conveniente.

Método Cuantitativo El estudio de método cuantitativo, conocido como investigación cuantitativa, aquella donde se recogen los datos obtenidos de la encuesta es una herramienta primordial de la estadística, mostrando números exactos en el trabajo investigativo.

Método Cualitativo Este método es donde se presentan las diferentes hipótesis de un tema, este muestra valores pero no numéricamente.

Bernal C. (2010) menciona que en la actualidad, en investigación científica hay gran variedad de técnicas e instrumentos para la recolección de información en el trabajo de campo de una determinada investigación. Indicando que los instrumentos y técnicas usuales de medición a utilizar en la investigación, mediante los cuales se suele recabar información requerida son: Entrevistas y Encuestas

Población

Del Cid A., Méndez R. y Sandoval F. (2011) indica que es el conjunto de todos los individuos que porten información sobre el fenómeno que se estudia, representa una colección completa de elementos que poseen algunas características comunes.

5.4 MATERIALES Y MÉTODOS

Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el estudio y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

Durán A. (2012) indica que antes de empezar con la construcción del galpón hay que definir con claridad los detalles de la instalación, de acuerdo con el clima donde se desarrollará el estudio. En clima cálido la orientación debe ser de este a oeste de esta forma los rayos del sol no podrán penetrar dentro del galpón.

- **Piso.-** Se recomienda de cemento, pues beneficia a la limpieza del galpón, debe tener una inclinación para facilitar la salida del agua cuando se realice las labores de limpieza.
- **Techo.-** Debe tener suficiente altura permitiendo ventilación adecuada, con un ángulo de 30 - 40° aproximadamente.
- **Paredes.-** Aproximadamente 3 m de alto para que entre y circule mejor el aire, debido al clima cálido se construirá una pared de 50 cm de alto y el resto será malla para la renovación del aire.
- **Cortinas.-** Serán utilizadas para controlar la temperatura interna del galpón, colocadas sobre la malla.
- **Jaulas.-** Las jaulas serán construidas de alambre, con bandejas que permitirán el paso del excremento y darle comodidad al ave. Se utilizará módulos de 5 jaulas (una encima de la otra) para facilitar la recolección del estiércol y una gran visibilidad para el control de las aves, la abertura de las rejillas del piso no menor de 10mm ya que los animales pueden meter las patas y lastimarse, la capacidad de jaula es por cada mt² es 60 codornices.
- **Los comederos y bebederos.-** Son lineales están colocados a lo largo de la jaula, los mismos que son de aluminio, es necesario limpiarlos todos los días antes de suministrar agua limpia y alimento.

Mano de obra

Warren, C. S. et al. (2010), indica que mano de obra es el esfuerzo físico y mental que interviene en un proceso de producción de un bien, este proceso es remunerado y hay dos formas de clasificarlas:

1. **Mano de obra directa:** Incluye a todo aquel personal que hace posible la producción directa de un bien o servicio.
2. **Mano de obra indirecta:** No se involucra directamente con la producción pero se encarga de la administración de la empresa.

5.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El estudio de mercado se realizó a los habitantes de la provincia de Santa Elena con la finalidad de conocer la aceptación que el producto tendrá, determinando a su vez los gustos del consumidor, se muestra los siguientes resultados:

¿Consume usted huevos de codorniz?

Tabla 1. Consumo de huevo de codorniz

ITEM	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA
<i>Consumo de huevo de codorniz</i>	Si	379
	No	5
	Total	384

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena personas de 20 a 50 años.

Según la información receptada de las 384 personas encuestadas, en relación al consumo de huevos de codorniz en la provincia de Santa Elena indican que el 99% de la población consumen entre sus víveres el huevo de codorniz y tan solo el 1% de la población no consume, lo que hace factible la creación del negocio.

¿Adquiere huevos de codorniz considerando?

Tabla 2. Adquiere huevos considerando

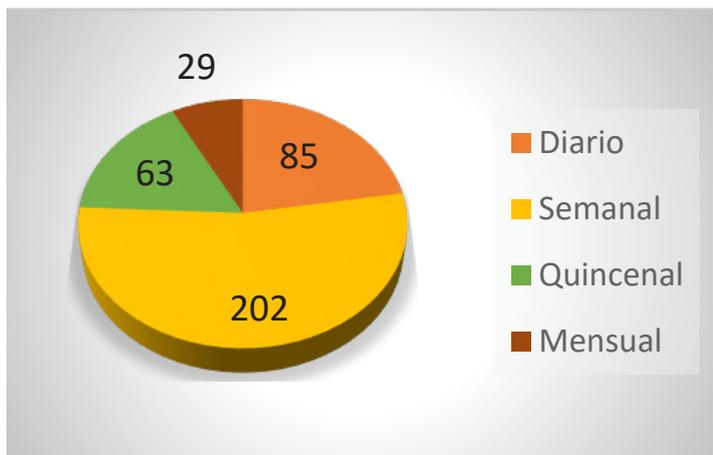
ITEM	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA
<i>Adquiere huevos considerando</i>	Precio	277
	Presentación	59
	Calidad	25
	Sabor	18
	Total	379

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena personas de 20 a 50 años.

De acuerdo a los resultados de la investigación hacia los 379 habitantes de la provincia de Santa Elena, se comprueba que las personas adquieren huevos de codorniz considerando como factor más importante el precio con el 73%, mientras que el 15% por la presentación, por otro lado el 7% de los encuestados piensa que la calidad es más significativa y por último el 5% cree que lo más atractivo para ellos es el sabor.

¿Con qué frecuencia consume huevos de codorniz usted y su familia?

Figura 1. Frecuencia de consumo



Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena personas de 20 a 50 años.

De acuerdo a las encuestas realizadas a las 379 personas, 53 % de la población de la provincia consume el huevo de codorniz semanalmente, continuando el 22 % de los habitantes que consumen diariamente el producto, mientras que el 17% adquieren cada quincena, a diferencia del 8 % que consume mensualmente el huevo de codorniz.

Qué cantidad de huevos de codorniz adquiere al momento de su compra?

Tabla 3. Cantidad adquirida de huevos

ITEM	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA
Cantidad adquirida de huevos	Menos de 10	24
	10 - 20	33
	20 - 30	88
	30 o más	234
	Total	379

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena personas de 20 a 50 años.

La cantidad de consumo de huevos de codorniz es de acuerdo a las necesidades de la población, la información levantada nos refleja que, el 62% adquieren 30 o más, seguido el 23% que obtienen el producto en el rango de 20 a 30, mientras que el 9% compran entre 10 -20, finalmente el 6% se encuentra en el rango de consumo de menos de 10.

¿Qué opina usted de la idea de producir huevos de codorniz en la península de Santa Elena?

Tabla 4. Producción de huevos

ITEM	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA
<i>Producción de huevos</i>	Excelente	231
	Muy Bueno	119
	Bueno	25
	Regular	4
	Total	379

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena personas de 20 a 50 años.

El consumo de huevo de codorniz ha crecido debido a las propiedades nutritivas que el mismo posee, por tal motivo surge la idea de implementar esta producción en la provincia, datos obtenidos de los 379 habitantes encuestados nos muestra que el 61 % de la muestra está de acuerdo con la implementación, seguido de un 31 % con respuestas muy buenas en consideración del estudio y el 1 % de las personas consumidoras no están de acuerdo que exista producción en la península.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Actualmente la provincia de Santa Elena no cuenta con una producción local de huevos de codorniz, por ese motivo los

Análisis de la demanda

Identificar la demanda es uno de los propósitos del estudio, así se estima qué porcentaje de pobladores serán los posibles consumidores y que cantidad están dispuestos a pagar por el producto. La población de la provincia está en crecimiento, lo que permite que se pueda observar la existencia de una gran demanda de huevos de codorniz, los consumidores adquieren el producto con frecuencia en supermercados lo que hace que el precio se eleve y su consumo no sea tan frecuente.

Al realizar una encuesta dirigida a los posibles consumidores en su mayoría a las amas de casa que son las encargadas de la dieta alimenticia de la familia, expresó en los resultados que la demanda existe en las familias, pero que el precio es muy elevado poniendo en comparación con el de huevo de gallina, aun así este producto es adquirido con poca frecuencia, debido a que es un buen alimento nutritivo.

Se realizará la venta directa a los comerciantes y a los negocios que requieran el producto, la introducción para ingresar al mercado será a través de la publicidad: periódicos, radio, redes sociales y hojas volantes.

Análisis “FODA”

Fortalezas

- » **F1.** Pionero en el negocio de producción de huevos de codorniz.
- » **F2.** La venta es rápida debido a la pronta postura de las aves.
- » **F3.** Precios accesibles del producto.

Debilidades

- » **D1.** Poco apoyo de empresas que realizan préstamos al sector productivo.
- » **D2.** Personal con insuficiente experiencia en el ámbito laboral.
- » **D3.** Las aves tienen solo un año de postura efectiva.

Oportunidades

- » **O1.** Introducción favorable al mercado.
- » **O2.** Generar plazas de empleo a los habitantes cercanos al estudio.
- » **O3.** Fácil adquisición del producto con servicio a domicilio.

Amenazas

- » **A1.** Cambios climáticos que afectan en la producción.
- » **A2.** El precio puede variar de acuerdo a los costos.
- » **A3.** Bajo precios de la competencia.
- » **A4.** Cría de animales para consumo personal.

Marketing mix

El precio se establece de acuerdo a lo que los consumidores están dispuestos a pagar, para esto se considera los resultados de la encuesta realizada. Tomando en cuenta además el costo de producción y las estrategias de introducción al mercado. Este elemento del marketing mix es de gran importancia siendo un instrumento que genera ingresos por las ventas del producto a corto plazo.

Por lo general el precio de los 24 huevos aborda los \$ 3 en los supermercados, mientras que los comerciantes que venden en las calles ofertan a \$ 0.10 cada huevo de codorniz ya sea cocido o fresco.

Producto

El huevo de codorniz es un producto con alto valor nutritivo 100% natural, el cual será distribuido en los locales comerciales de acuerdo a las necesidades del consumidor. Excelente para incluir en la dieta diaria de los niños, adultos y ancianos.

Marca

Es el nombre con el que se reconocerá a la empresa que producirá y comercializará los huevos de codorniz la que posee su respectivo slogan “Come sano, come delicioso”

Plaza

Se considera Río Verde que será el punto de partida para distribuir a los diferentes lugares de destino tales como: escuelas, restaurantes, tiendas, supermercados y a los comerciantes de las calles de la Libertad.

Presentación

La presentación es importante ya que es lo primero en lo que se fija el cliente, en este caso, se expenderá al público en bandeja con 12 huevos de codorniz a \$1,25 ctvs.

Tabla 5. Recuperación del capital

AÑO	FLUJO DE CAJA	FLUJO DE CAJA ACUMULADA
0	79345,35	
1	64875,14	64875,14
2	66696,74	131571,88
3	69978,64	201550,53
4	74309,78	275860,31
5	78277,52	354137,83

Determinación de recuperación del capital

Para determinar la recuperación del capital se aplica la siguiente fórmula:

Dónde:

RC: Recuperación de capital

a: Año inmediato que se recupera la inversión (1)

b: Inversión inicial (79 345,35)

c: Flujo acumulado del año anterior en el que se recupera la inversión (53 042,78)

d: Flujo del efectivo del año que se recupera la inversión (54 864,39)

La aplicación de la fórmula es da de la siguiente manera:

Tasa Interna De Retorno (TIR)

El estudio refleja una tasa interna de retorno del 81% que expresa la rentabilidad que tiene el negocio durante los años estimados, por tal motivo se deduce la factibilidad de iniciar con la ejecución del mismo.

Tabla 6. Tasa Interna de Retorno

0	(79.345.35)
1	\$ 64.875,14
2	\$ 66.696,74
3	\$ 69.978,64
4	\$ 74.309,78
5	\$ 78.277,52
TOTAL	\$ 354.137,83
TIR	81%

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto que refleja el estudio será de \$ 154.643,31 considerando que es mayor a 0 utilizando además una tasa de interés del 12%, representando la posibilidad que se tiene de llevar a cabo la ejecución del negocio.

Tabla 7. Valor Actual Neto

VALOR ACTUAL NETO (VAN)	
1	\$ 64.875,14
2	\$ 66.696,74
3	\$ 69.978,64
4	\$ 74.309,78
5	\$ 78.277,52
TOTAL	\$ 354.137,83

Tasa	12%
Valor flujos futuros	233988,66
Inversión inicial	79345,35
VAN	154643,31

Relación beneficio costo (b/c)

Indica la relación beneficio costo que por cada dólar invertido se obtendrá ganancia en el primer año de \$ 0,50 ctvs, el siguiente año \$ 0,50 ctvs, incrementando de a poco por año. El promedio de la relación beneficio costo es de \$ 1,52 ctvs.

Tabla 8. Relación beneficio costo

Rubro	Ingresos	Egresos	Relación B/C
1	\$ 171.093,75	\$ 113.736,13	\$ 1,50
2	\$ 177.636,38	\$ 118.457,15	\$ 1,50
3	\$ 184.417,57	\$ 121.956,45	\$ 1,51
4	\$ 191.445,77	\$ 123.986,84	\$ 1,54
5	\$ 198.729,68	\$ 127.303,02	\$ 1,56

Rentabilidad

La rentabilidad que refleja el estudio será de 47% sobre las ventas.

Punto De Equilibrio En Unidad

Mediante el punto de equilibrio se determinará el nivel de ventas en unidades durante el primer año será de 59.684 docenas de huevos para que genere ganancias. En comparación a las docenas que se producirá que es de 136.875 el punto de equilibrio es favorable ya que se producen más de lo requerido.

CONCLUSIONES

- La postura de las aves es productiva más aun por el clima que existe en la provincia aun así se ha tomado en cuenta un 10% pérdida de huevos, aproximadamente 4.500 huevos diarios, mismos que serán empacados en las bandejas de 12 unidades un promedio de 375 cajas, se espera que se cubra la demanda y que esta producción beneficie al avance del estudio ya que se oferta calidad, frescura y precio alcanzable de las personas.
- Evaluando los indicadores financieros el VAN genera un valor de \$154.643,31 realizando este cálculo con una tasa de interés del 12%, además del TIR que refleja un 81% manifestando así que el estudio es factible realizarlo, en cuanto a la relación beneficio costo indica que el estudio dejará \$ 0,50 ctvs. por cada dólar invertido.
- De acuerdo al último censo, se aplicó la fórmula para tomar la muestra de los encuestados de los tres cantones en escuelas y mercados que es donde más afluencia de padres de familia se encuentra y los resultados reflejan que el tamaño de la demanda es del 99%, mostrando que hay una demanda insatisfecha.
- El costo de inversión inicial del estudio es de \$ 79.345,35 manteniendo una capacidad para 5.000 codornices al iniciar y aumentando un 3% anualmente, para esto se recupera la inversión 1 año, 5 meses y 19 días proyectando tener ventas solo dentro de la provincia con la visión de distribuir a futuro el producto en cualquier lugar del país. A partir del primer año se obtiene ventas debido a que las aves son buenas ponedoras, concluyendo así que se renueva la compra de aves todos los años.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO (AGROCALIDAD) 2013. *Guía de Buenas Prácticas Avícolas e inocuidad de los alimentos*, Ecuador: Impreso en Ecuador Imprenta IdeaZ.
- Andramuño K., Pinela G., Mite M. y Villón F. (2010) *Estudio de inversión para la implementación de una empresa productora de huevos de codorniz en la ciudad de Bucay*. Ingeniería Facultad de Administración Empresarial, Universidad Escuela Superior Politécnica Del Litoral.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., Fess, P. E., & Ruiz, Á. C. G. (2010). *Contabilidad administrativa*. México: Cengage Learning.
- Bernal, R. 2010. *Metodología de la Investigación*. Tercera edición., Bogotá Colombia, Pearson Educación.
- Meza Orozco, J.J., 2010. *Evaluación financiera de estudios* Segunda Edición. Colombia: Ecoe Ediciones.

- Meza Orozco, J.J., 2010. *Evaluación financiera de estudios* Segunda Edición. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Carvajal J., Falcones A. y Zambrano R. (2013) *Mejoramiento de los procesos sanitarios en las unidades de producción animal*. Ingeniería. Facultad Agropecuaria, Universidad Técnica de Manabí.
- CORDERO SALAS O. 2012. *Especies menores. Módulo codornices*, España: Promade.
- Castro, A. (2013). *Importancia de la Nutrición*. Disponible en: <http://www.isde.com.ar/ojs/index.php/isdesportsmagazine/article/viewFile/107/125>
- Cepeda, M. (2013). *Elaboración de un balanceado alternativo con el empleo de la harina de cajanus cajan (gandul) en el crecimiento y postura de la codorniz en la Maná*. Doctor Veterinario. Facultad de Agropecuaria, Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. 2011. *Investigación: fundamentos y metodología*, México: Pearson Educación.
- Díaz, C. D. R., Briceño, R., and Cabrera, H. (2008). Factibilidad y edad de engorde en codornices (*Coturnix coturnix japónica*) suplementadas con harina de lombriz (*Eisenia foetida*). Venezuela: *Revista Agricultura Andina*. 14(1), pp. 50-51 2008. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Sánchez, J.C. (2012) “Los métodos de investigación”, Ediciones Díaz de Santos, pp. 15-16.
- Durán, A. (2012). *Sistema de producción de codorniz*. Disponible en: <http://es.slideshare.net/joelviloria/produccion-de-codornices>
- Galindo, E. (2012). “Grupos de productores de huevo de codorniz quieren conformarse, con fines de exportación”. *Notivoliviarural*, 16 febrero, pp. 4
2012. *Metodología de la investigación cualitativa* Quinceava edición,. España: Universidad de Deusto.
- Horngren, C. T., Foster, G., & Datar, S.M. 2007. *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*, Madrid: Pearson educación.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS INEC 2010. Censo de población y vivienda 2010. Disponible en: [http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/santa_elen.pdf\(2010\)](http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/santa_elen.pdf(2010)).

CAPÍTULO 6

CONTRIBUIÇÃO DAS PMES DO SETOR AQUÍCOLA DA PROVÍNCIA DE GUAYAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO EQUADOR, 2017 – 2021 CONTRIBUTION OF SMES IN THE AQUACULTURE SECTOR OF THE GUAYAS PROVINCE TO THE DEVELOPMENT OF ECUADOR, 2017 – 2021

Ana Ordóñez¹

Carlos González

Palacios-Meléndez José Giovanni ²

Carola Alejandro Lindao³

1 orcid.org/0000-0002-9385-2020

2 orcid.org/0000-0002-4738-4641

3 [orcid.org//orcid.org/0000-0002-1365-3671](https://orcid.org/orcid.org/0000-0002-1365-3671)

RESUMEN

O principal objetivo deste trabalho é analisar a incidência de PMEs no setor aquícola da província de Guayas como uma contribuição para o desenvolvimento econômico do Equador no período de 2017 a 2021.

O foco deste documento é misto, pois considera a pesquisa quantitativo-qualitativa. Em relação à pesquisa quantitativa, as informações de diferentes bancos de dados de entidades como o Instituto Nacional de Estatísticas e Censos-INEC, o Serviço Nacional de Alfândega do Equador-SENAE, a Federação Equatoriana de Exportadores-FEDEXPOR e a Câmara Nacional de Aquicultura. Em relação à pesquisa qualitativa, apresenta-se a interpretação e descrição das informações analisadas. A abordagem correlacional-longitudinal também está presente, pois o grau de relacionamento entre as variáveis é medido durante o período de 5 anos.

Durante as últimas três décadas, vários setores da economia geraram através de seus produtos e serviços uma fonte de renda destinada a satisfazer as necessidades de seus usuários nacionais e internacionais; Atualmente, os setores econômicos que mais crescem são: refino de petróleo (23,9%), hospedagem e alimentação (17,4%), aquicultura e pesca de camarão (16,2%) e transporte (13,1%). A aquicultura no Equador passou da pesca artesanal e dos cultivos primitivos à pesca em larga escala e aos cultivos tecnificados graças ao investimento dos produtores locais. A tecnologia também tem papel fundamental, aumentando o percentual e a taxa de crescimento, bem como a sobrevivência e o desenvolvimento das espécies selecionadas para esse processo produtivo.

No mercado internacional, é crescente o número de países importadores de produtos equatorianos, assim como o uso de produtos substitutos como concentrados proteicos, farinha de peixe, óleo de peixe, gelatina e colágeno. A forma como os produtos são comercializados depende do país de destino e das preferências dos seus consumidores, podemos citar as exportações de espécies bioaquáticas no seu estado natural, frescas ou congeladas, inteiras ou evisceradas, filetes ou miudezas que podem servir de matéria-prima para a elaboração de outros produtos como alimentos balanceados ou outros.

A medicina e a beleza cosmética também foram favorecidas pelo uso de produtos de diferentes variedades de peixes e suas partes, que são utilizados em procedimentos paliativos em pacientes acometidos por queimaduras graves.

Em comparação com outros países latino-americanos, o Equador possui solos férteis e clima ameno propício para cultivos, aproveitando os espaços próximos ao mar e aos rios, mesmo em altitudes de 3.200 metros acima do nível do mar. A contribuição das PMEs no setor da aquicultura no Equador impacta não apenas o desenvolvimento econômico em si; também os setores social, trabalhista e cultural são sustentados pela produção de espécies bioaquáticas por meio da aquicultura. Dos resultados alcançados pode-se delimitar que apesar da recessão mundial decorrente do COVID e pós-pandemia, o setor aquícola do país se recuperou de forma progressiva e sustentável, impactando diretamente positivamente no crescimento econômico do país, gerando também fontes de renda.

Palabras-clave: PME; exportación; acuicultura; economía; desenvolvimiento.

ABSTRACT

The main objective of this work is to analyze the incidence of SMEs in the aquaculture sector of the Guayas province as a contribution to the economic development of Ecuador in the period 2017 to 2021.

The focus of this document is mixed since it considers quantitative-qualitative research. Regarding the quantitative research, the information from different databases of entities such as the National Institute of Statistics and Censuses-INEC, the National Customs Service of Ecuador-SENAE, the Ecuadorian Federation of Exporters-FEDEXPOR and the National Chamber of Aquaculture. Regarding qualitative research, the interpretation and description of the information analyzed is presented. The correlational-longitudinal approach is also present, since the degree of relationship between the variables is measured during the 5-year period.

During the last three decades, various sectors of the economy have generated through their products and services a source of income destined to satisfy the needs of their national and international users; Currently, the economic sectors that stand out for the greatest growth are: oil refining (23.9%), accommodation and food services (17.4%), aquaculture and shrimp fishing (16.2%), and transportation (13.1%). Aquaculture in Ecuador has gone from artisanal fishing and primitive crops to large-scale fishing and technified crops thanks to the investment made by local producers. Technology also plays a fundamental role, increasing the percentage and growth rate, as well as the survival and development of the species selected for this production process.

In the international market, the number of countries that import Ecuadorian products is increasing, as is the use of substitute products such as protein concentrates, fish meal, fish oil, gelatin, and collagen. The way in which the products are marketed depends on the country of destination and the preferences of its consumers, we can mention exports of bioaquatic species in their natural state, fresh or frozen, whole or whole gutted, fillets or offal that can serve as raw material. raw for the elaboration of other products such as balanced foods or others.

Medicine and cosmetic beauty have also been favored by using products from different varieties of fish and their parts that are used in palliative procedures with patients affected by severe burns.

Compared to other Latin American countries, Ecuador has fertile soils and a mild climate conducive to crops, taking advantage of the spaces near the sea and rivers, even at altitudes of 3,200 meters above sea level. The contribution of SMEs in the aquaculture sector in Ecuador impacts not only economic development per se; also the social, labor, and cultural sectors are supported by the production of bioaquatic species through aquaculture. From the results achieved, it can be delimited that despite the global recession due to the COVID and post-pandemic pandemic, the coun-

try's aquaculture sector recovered progressively and sustainably, directly impacting positively on the country's economic growth, also generating sources of income. work nationally.

Keywords: SMEs; exports; aquaculture; economy; development.

Espacio reservado para la organización del congreso.

6.1 INTRODUCCIÓN

¿De qué forma han influido las PYMES a la economía del Ecuador?

Para contestar esta pregunta debemos remontarnos al origen de las empresas que viene de la mano con el origen del comercio, con los primeros talleres de artesanías en la Edad Antigua, con el intercambio a través del mar y el largo viaje de las caravanas a través de los desiertos. Las empresas se consolidaron inicialmente después de las revoluciones mundiales y la caída de diversas monarquías.

En el Ecuador las primera empresas se situaron en Guayaquil en el transcurso de la década de 1920, sin embargo hay constancia que a finales del siglo XIX la migración trajo inversionistas extranjeros quienes apostaron por este país y se arriesgaron y abrieron sus locales comerciales, ejemplo que fue utilizado por las familias ecuatorianas mejor posicionadas; de esta forma en 1905 ya funcionaba la Empresa de Fuerza de Luz Eléctrica, la primera en Guayaquil que impactó e impulsó el crecimiento de los negocios.

El Ecuador atravesó crisis de distintas índoles, económicas, guerra limítrofe con el país vecino Perú en 1942, inundaciones (Fenómeno del Niño) en los años 1982 y 1997, crisis financiera y cambiaría que obligó a dolarizar la economía en el año 2000, inestabilidad en el poder de varios presidentes, subidas y caídas drásticas del precio del barril de petróleo, desastres naturales en el 2016 que redujeron significativamente el desarrollo del país y recientemente nos estamos recuperando de la pandemia del COVID; a pesar de lo expuesto, el país ha sorteado estas barreras y de a poco se ha recuperado.

La importancia de las PYMES va más allá de ser un negocio familiar que nació de la necesidad de emprender en medio de una crisis a nivel nacional. Crear, formar y mantener una PYME involucra una estructura formal, con personal altamente capacitado que dentro de la cadena de valor, realiza a conciencia la parte del proceso que le corresponde. Cuenta con infraestructura, maquinaria, materiales, sistemas y tecnología, capital económico y principalmente con capital humano para el éxito de su operación.

De la revisión de los documentos seleccionados para el presente trabajo se colige que esta categoría de empresas cuenta con el apoyo del gobierno central, seccional e incluso de a exoneración de impuestos; que los productos y servicio generados son de óptima calidad. Sin embargo, varios de los documentos determinan que la administración de las mismas se ha realizado de manera intuitiva.

Las PYMES en el Ecuador comprenden varios sectores de la economía; comercio al por mayor y menor, servicios personales y sociales, diversa manufactura, construcción, transportación, almacenamiento, comunicaciones, pesca, agricultura, floricultura y acuicultura y se han desarrollado principalmente en las provincias de Azuay, Esmeraldas, Guayas, El Oro, Los Ríos, Manabí y Santa Elena.

El crecimiento de las PYMES en el Ecuador se mantiene constante y va en alza. De acuerdo a lo indicado en el documento “Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total” aprobado el 28 de julio de 2017: *“...el PIB total y el PIB Pymes más el empleo generado por las pequeñas y medianas empresas, generó un impacto sobre éste del 66,8% de incremento en el promedio de empleo total en el país. En consecuencia, las PYMES generan 7 de 10 empleos dentro del PIB total, sin considerar el peso de diversidad o formas de trabajo en el Ecuador...”*

6.2 BREVE RESEÑA SOBRE LA ACUICULTURA

A nivel internacional, el sector pesquero está formado por tres subsectores principales que son: a) los comerciales, b) municipales y c) acuícolas (cultivo de peces u otros organismos acuáticos). El subsector de la acuicultura también tiene tres componentes principales: acuicultura de aguas salobres, acuicultura de agua dulce y maricultura. Entre los países que económicamente se han beneficiado del aporte de actividad constante China, Noruega, Viet Nam, Chile, India, Tailandia, Países Bajos, Ecuador, Canadá, y la Federación de Rusia.

A pesar de la larga tradición de la acuicultura, esta se expandió rápidamente y diversificó su producción solo en la década de 1980 (Rabanal, 1995). En América Latina y el Caribe, la acuicultura se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes en 31 de 44 países de esta región empleando directamente a más de 200,000 personas.

En el Ecuador gracias a la favorable condición climática y de suelos; a fines de la década de 1960 la acuicultura se inició informalmente en la provincia de El Oro. Para 1970 el cultivo del camarón se expandió por toda la provincia de El Oro, de modo que en 1974 había 600 hectáreas en producción. La actividad camaronera creció significativamente en la década de 1980 y Ecuador se convirtió en el principal exportador mundial de camarones (Hirono, 1983). Al final de la década de 1980 y principios de la década de 1990 la industria se vio afectada por enfermedades como los síndromes de la gaviota y de Taura; y, de la mancha blanca o white spot al final de la década de 1990, enfermedades virales relacionadas con el medio que afectaron los cultivos y causaron gran mortalidad. Ecuador fue desplazado por los productores asiáticos como el principal productor mundial de camarones. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2005). En las dos últimas décadas las PYMES del sector acuícola impactaron positivamente al desarrollo del país; de acuerdo a la información constante en la Revista Acuicultura de la Cámara Nacional de Acuicultura la exportación del camarón ha crecido significativamente pasando de \$3.043 millones de dólares y 442 miles de toneladas métricas en el 2017 a \$5.323 millones de dólares y 848 toneladas métricas en el 2021; lo que representa un incremento de 74,93% en millones de dólares y de 91,86% en toneladas métricas.

La edición en línea de ExpорNews Información Técnica y Económica Expорdata: Edición Especial 2021 de FEDEXPOR – Federación Ecuatoriana de Exportadores señala “...En el cierre de 2021, las exportaciones no petroleras no mineras crecieron un 14% en valor exportado, equivalentes a USD 1.988 millones más que en 2020. Este rendimiento fue producto del desempeño récord en las exportaciones de productos de manufactura, y el sector acuícola y pesquero...”

Las provincias de Manabí, Guayas, El Oro, Esmeraldas, Santa Elena, Sucumbíos y Galápagos representan los sectores dedicados a la acuicultura cuyas empresas aportan directamente al desarrollo del país y principalmente de las localidades en las que se encuentran establecidas proveyendo trabajo a personas del sector cuyo nivel académico no supera la instrucción superior.

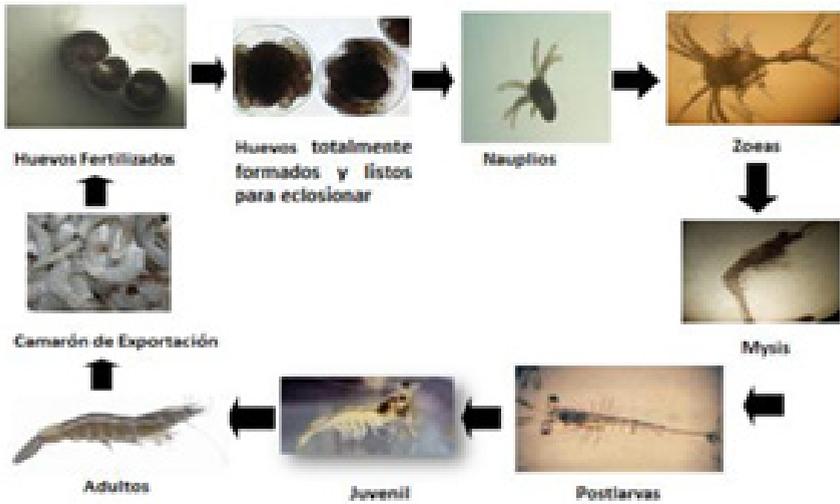


Figura 1. Ciclo de crecimiento del camarón blanco - Litopenaeus vannamei Fuente <https://camaronenecuador.wordpress.com/cultivo-de-nuestro-camaron/>

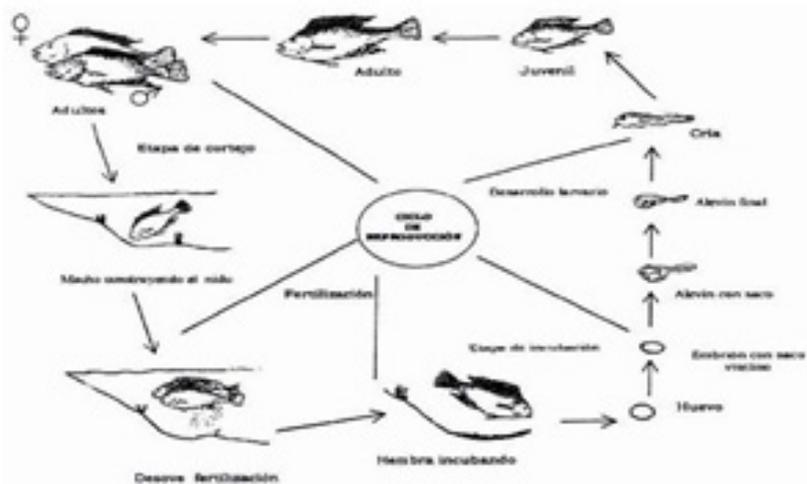


Figura 2. Ciclo de crecimiento de la tilapia – Oreochromis niloticus Fuente <https://ciclodevida.net/de-la-tilapia>

6.3 PLANTEAMIENTO HIPOTÉTICO

El presente artículo y los resultados obtenidos demostrarán que las PYMES del sector acuícola aportan al desarrollo económico del país; así como la exportación de sus productos a generar un saldo a favor en la balanza comercial.

6.3.1 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

De acuerdo a lo señalado en el artículo Las Pymes en Ecuador. Un análisis necesario, “...*Se puede plantear que no existe un concepto o definición exacta de PYMES, ya que las variables de estas pequeñas y medianas empresas pueden cambiar de acuerdo con la economía del país donde producen, es decir una PYMES puede ser grande para un país cuya economía no alcanza niveles significativos en relación de la economía mundial, mientras que para otro país con una economía grande la propia empresa puede ser pequeña (Cleri, 2013); (Terlizzi, 2016)...*”

Por sector económico, las empresas están asociadas de la siguiente forma:

- Sector Primario Actividades encaminadas a extraer o cosechar productos de la tierra (Agricultura, Ganadería, Pesca, Explotación de los recursos forestales, Minería)
- Sector Secundario Encargado del procesamiento de las materias primas, la fabricación industrial y todas las actividades relacionadas con la fabricación.
- (Elaboración de metal y fundición, Producción de automóviles, Producción textil, Industria química, Fabricación, Energía, Ingeniería)
- Sector Terciario: Formado por todas aquellas actividades que no producen una mercancía, pero abastecen al mercado de servicios y bienes, se denomina también sector servicios. (Transporte, Distribución, Turismo, Entretenimiento, Finanzas, Administraciones Pública)

Por su actividad y tamaño, se consideran la siguiente clasificación:

- Microempresa: Es el más pequeño dentro de la clasificación por tamaño y generalmente son emprendimientos o negocios familiares.
- PYMES: Este término recoge a las pequeñas y medianas empresas.
- Gran empresa

En el Ecuador el término PYME es una abreviatura que se usa en la clasificación de empresas por su tamaño para describir a los negocios pequeños y medianos. Cuando se dividen a las compañías por su dimensión, se tiene en cuenta el tamaño del mercado y ubicación geográfica; por lo que las características de una PYME, como el número de empleados o facturación varían en cada país. (Fuente Banco Pichincha).

	Colaboradores	Valor bruto de ventas anuales	Activos
Pequeña empresa	 10 a 49 personas	 \$100.001,00 a \$1.000.000,00	 \$100.001,00 a \$750.000,00
Mediana empresa	 50 a 199 personas	 \$1.000.000,00 a \$5.000.000,00	 \$750.001,00 a \$399.000,00

Figura 3. Fuente <https://www.pichincha.com/porta1/blog/post/que-es-una-pyme>)

6.3.2 NORMATIVA LEGAL VIGENTE

Las PYMES del sector acuícola, su fomento y la exportación de sus productos se establecen y norman en la Constitución de la República, por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, la Subsecretaría de Recursos Pesqueros, la Superintendencia de Compañías, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones junto con su Reglamento, el Banco Central del Ecuador, el Servicio de Rentas Internas, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador y la Cámara Nacional de Acuicultura.

6.3.3 EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES

El Ecuador divide sus exportaciones en dos grandes grupos: Exportaciones petroleras y Exportaciones no petroleras, estas últimas incluyen los productos tradicionales y no tradicionales.

Hasta octubre de 2020, las exportaciones tradicionales crecieron 7,7% más que los primeros 10 meses de 2019; de igual manera las exportaciones no tradicionales presentaron un incremento de 14,8%. (Fuente Edición Expordata Diciembre 2020). Las exportaciones del país se incrementaron en un 31%, impulsada por la recuperación de la demanda y el precio del petróleo, y por una expansión de sectores privados, como el acuícola y algunos sectores manufactureros y agroindustriales que registraron montos máximos de exportación. (FEDEXPOR Expordata Especial 2021.pdf). Los productos acuícolas representan el 52% de las exportaciones no petroleras y no mineras del Ecuador. Entre enero y julio de 2022 estos productos sumaron USD 5 581 millones, de los USD 10 767 millones vendidos fuera del país en este período, el rubro considera ventas de camarón, enlatados de atún, diferentes tipos de pescado, entre otros que resultan atractivos principalmente para el mercado asiático.



Figura 4. Fuente FEDEXPOR Expordata Especial 2021.pdf

La venta del camarón ecuatoriano satisface la demanda de 56 países entre los que destacan China y Estados Unidos que juntos consumen el 75% del total del producto exportado. En este período, Vietnam volvió a estar en el ‘top 10’ de compradores del crustáceo ecuatoriano. Según la Cámara Nacional de Acuicultura (CNA), el incremento de las ventas a Vietnam se debe a que este país necesita esta materia prima para luego exportar aprovechando la capacidad instalada de procesamiento establecida.

Camarón – Reporte de Exportaciones Ecuatorianas Totales



Figura 5. Fuente <https://www.cna-ecuador.com/estadisticas/>

6.3.4 EVOLUCIÓN DEL EMPLEO ASOCIADO A EXPORTACIONES

En la pandemia, el empleo asociado al sector exportador se incrementó al contrario de la contracción del empleo en la economía en general. El total de la economía

redujo el número de trabajadores en 104 mil plazas de empleo respecto a 2019, mientras que el número de trabajadores asociados al sector exportador se incrementó en 133 mil puestos de trabajo. En los últimos años, el empleo asociado al sector exportador ha incrementado su participación dentro del empleo total, como reflejo que el empleo en el sector exportador se expande a un ritmo mayor al ritmo que crece el empleo en el global de la economía ecuatoriana. (FEDEXPOR Expordata Especial 2021.pdf).

El siguiente cuadro muestra la información: Sector/Comercio, Variable de Análisis/Exportaciones netas en miles de dólares y Variable de agrupación/Tamaño de la empresa.

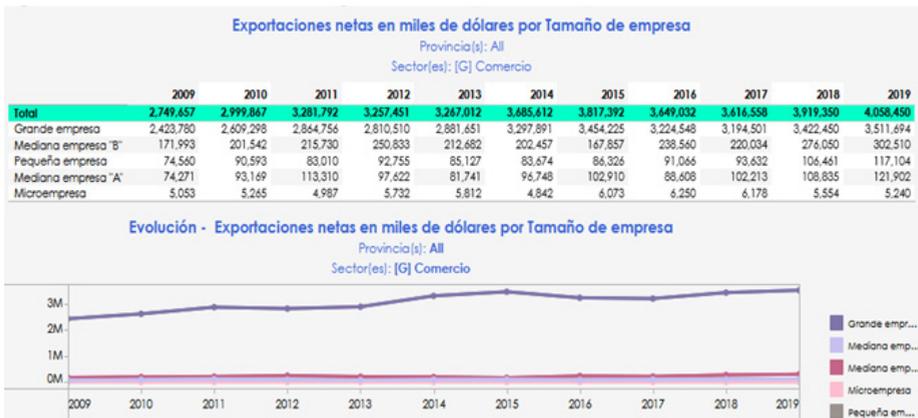


Figura 6. Fuente <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadisticasEmpresariales/Dportada>

6.4 MATERIALES Y MÉTODOS

El presente trabajo emplea la investigación cuantitativa-cualitativa, correlacional-longitudinal ya que analiza información estadística de varias fuentes para contrastar las variaciones entre los resultados obtenidos y la relación entre ellos junto con la revisión de la literatura de otras fuentes como trabajos para obtener título de tercer nivel, otros artículos publicados previamente, revistas en línea y sitios webs de los distintos entes relacionados con el objeto de esta investigación.

El análisis de datos estadísticos incluye la información del periodo 2017-2021 del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador respecto a las exportaciones a nivel nacional de especies bioacuáticas a todos los países de destino registrados en la base respectiva. Se ha considerado un grupo de 5 partidas/subpartidas arancelarias, el peso en toneladas métricas y el valor FOB base para la exportación. La información del Banco Central de Ecuador se refiere al valor del Producto Interno Bruto así como el porcentaje de variación del mismo.

RESUMEN 2017-2021
BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - VALOR PIB - % DE VARIACION

AÑO	PESO NETO (TON)	% INCREMENTO	FOB (MILES DE DÓLARES)	% INCREMENTO	PIB (MILES DE DOLARES)	% INCREMENTO
2016	94.387		\$ 81.908		\$ 99.937.696	
2017	92.317	-2,19%	\$ 86.099	5,12%	\$104.295.862	4,36%
2018	120.393	30,41%	\$ 116.154	34,91%	\$107.562.000	3,13%
2019	174.855	45,24%	\$ 138.663	19,38%	\$108.108.009	0,51%
2020	118.990	-31,95%	\$ 111.233	-19,78%	\$ 99.291.124	-8,16%
2021	145.036	21,89%	\$ 158.094	42,13%	\$106.165.866	6,92%

Tabla 1. Fuente: Servicio Nacional del Ecuador y Banco Central del Ecuador

Elaboración: La autora

6.4.1 RESULTADOS OBTENIDOS

Del análisis de la información constante en las bases de datos se colige que para el periodo 2017-2021 durante 4 de los 5 años el valor FOB de las exportaciones y el valor PIB crecieron respecto al valor declarado el año inmediato anterior con excepción de los resultados del año 2020 que fue afectado en gran medida a nivel mundial por las restricciones enmaradas por la Organización Mundial de Salud-OMS debido a la pandemia Coronavirus COVID-19.

El mayor porcentaje de exportaciones no realizadas corresponden al mercado asiático; principalmente a China cuyo gobierno bloqueó el ingreso del producto ecuatoriano.

“...Al inicio de la pandemia, China suspendió algunas exportaciones de camarón ecuatoriano luego de que, supuestamente, halló trazas de Covid-19. En ese entonces, representantes del sector exportador de Ecuador cuestionaron estas suspensiones de cargamentos y señalaron que se trataba de una estrategia de China para disminuir los precios de los productos que importa...”(PRIMICIAS) “...China anunció el levantamiento de las sanciones impuestas el mes pasado a una de las tres empresas ecuatorianas exportadoras de camarón en cuyos empaques se detectaron trazas de coronavirus, indicó este lunes (10.08.2020) el Ministerio Relaciones Exteriores de Ecuador...” (Deutsche Welle-DW).

A la fecha el valor FOB de las exportaciones del sector acuícola se mantiene en alza de manera continua soportando de esta forma el aporte al desarrollo económico y al incremento del PIB del país.

DISCUSIÓN

El sector acuícola en el país ha beneficiado principalmente por el factor climático óptimo para el cultivo de las especies; sin embargo existen factores que inciden negativamente en el medio ambiente como el uso sistemático del suelo sin que transcurra un tiempo prudencial entre la cosecha y la nueva “siembra” de los alevines (pez de corta edad y pequeño tamaño, utilizado para repoblar estanques y ríos) o de las larvas (en el caso del camarón que se siembra en piscinas) ocasionando esto poca aireación y deterioro del suelo junto con la pérdida de los nutrientes naturales. El uso de productos químicos para acelerar el crecimiento y engorde de la especie bioacuática impacta el terreno destinado para la piscina y para revertir el daño será necesario utilizar otros fertilizantes que ayuden a restablecer el potencial de hidrógeno (pH) y oxígeno del mismo. El terreno a utilizarse deberá estar próximo a fuentes de agua naturales con el propósito de contar con este insumo oportunamente; la infraestructura que soporte el negocio deberá presentar un diseño dinámico y fortalecido en el área financiera con precios y costos analizados y definidos.

Respecto al mercado de destino, los altos estándares de calidad de ese sector no permiten el ingreso de productos no certificados; por lo que el desconocimiento de este factor afectaría negativamente el negocio ecuatoriano en ventas que le permitiría marginar un porcentaje de utilidad mayor; para mitigar lo expuesto, debería contar con expertos en comercio exterior a cargo del proceso logístico.

En la actualidad sectores como la agricultura, ganadería, caza y acuicultura generan un porcentaje importante de trabajo a nivel nacional y con ello generan desarrollo económico que deriva en la generación de divisas que inclinan la balanza comercial a favor del país.

La inversión en innovación es el pilar fundamental que permite a los productores lograr mejoras en el proceso productivo e incrementar el monto de sus ingresos mejorando la rentabilidad neta al final del ejercicio fiscal por lo que sería beneficioso para las empresas del sector que aún no hayan podido exportar sus productos recurrir a la asociatividad o al desarrollo de clústeres para generar conceptos comerciales que aporten valor agregado a su producción. Como estrategia comercial los empresarios deben considerar nuevas fuentes de financiamiento que resulten atractivas y accesibles con bajas tasas de interés para viabilizar los procesos productivos favoreciendo la exportación de nuevos productos acuícolas hacia los mercados existentes y los mercados emergentes.

“...El mercado principal de las exportaciones de camarón ecuatoriano se encuentra en el continente asiático, el cual representa el 55% de las exportaciones, más específicamente en China, donde se concentra el 49% del total de estas durante el período comprendido desde enero hasta junio del 2020. En el mismo período, Ecuador ha logrado exportar a cuarenta países, lo que significa una reducción de siete países que importaban el producto, a pesar de

sus mecanismos para poder llevar el producto a nuevos mercados de tal forma que no se cree una relación de dependencia con el mercado chino...” (Cámara Nacional de Acuicultura, 2020) (El Comercio, 2020) (Actualidad del sector camaronero ecuatoriano •

Castillo Denisse • Guevara Melanie • Sellan Javier • Tumbaco Norma • Velásquez Marco Fecha: 13/11/2020); lo cual es consistente con la búsqueda de nuevos mercados por parte de los empresarios ecuatorianos que se encuentran diversificando sus productos para satisfacer la demanda internacional.

CONCLUSIONES

De la revisión y análisis de la información relacionada con las PYMES y el sector acuícola junto con la normativa vigente y las estadísticas de los entes de control; se colige lo siguiente:

Los productos generados por este sector se consumen de manera local e internacional, este mercado abarca a más de 50 países alrededor del mundo que consumen los productos frescos, congelados o procesados; así como productos sucedáneos; y, en otros casos adquieren parte de los mismos como la piel de pescado empleada como materia prima para la elaboración de otros productos para el cuidado de la belleza y para la confección de tejidos sustituto en las pieles humanas que han sufrido quemaduras.

La diversidad acuícola del Ecuador permite que más de 45 especies de peces puedan ser comercializadas internacionalmente. Respecto al camarón; en la provincia del Guayas se encuentran las empresas camarones más grandes del Ecuador que completan el ciclo de producción y comercialización de su producto; podemos citar Industria Pesquera Santa Priscila, Promarisco S.A., Empagran, Empacrece y Naturisa.

La sostenibilidad y crecimiento de las PYMES del sector acuícola las convierte competitivas tanto local como internacionalmente. Según el Directorio de Empresas 2019 del Instituto Nacional de Estadística y Censos- INEC, en el Ecuador existen 882.766 empresas de las cuales el 99,5% son consideradas como MIPYMES; contribuyendo al desarrollo de la economía y de la sociedad *país en 2021 en producir 1 millón de toneladas de camarón. Y se posicionó como el mayor productor mundial de camarón. Sin embargo, no se hace distinción si se trata de camarón en cautiverio, aunque este tipo es el que más se exporta.*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FAO Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Ecuador – 2022
Industriales Orientación Estratégica para la toma de decisiones, ESPAE Graduate

School of Management, Escuela Superior Politécnico del Litoral, Estudios-Industria de Acuicultura, Enero 2018

Análisis de las exportaciones de los principales sectores productivos no petroleros y su aporte al crecimiento económico del Ecuador periodo 2007-2017, Sanjinez Villamar Vanessa María

Consortios de exportación como mecanismo para mejorar la competitividad del sector acuícola del Ecuador, Econ. Nory Alejandra Viña Palomino, 2015

Las empresas Pymes de productos acuícolas y pesqueros y su incidencia en las exportaciones ecuatorianas como contribución al PIB total, Alvarado Vargas, Daniella Alejandra, 2019

Las Pymes en Ecuador. Un análisis necesario, Raisa Libelly Rodríguez-Mendoza, 2020

Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las Pymes comercializadoras - Una mirada en Ecuador, Pincay Morales Yolanda Martha, Parra Ferié Cecilia, 2020

Las Pymes ecuatorianas: Su impacto en el empleo como contribución del PIB Pymes al PIB Total, Rafael Eduardo RON Amores 1; Viviana Alexandra SACOTO Castillo, 2017

La aportación de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en la economía ecuatoriana, Rommel Carranco Gudiño MBA, 2017

Constitución de la República año 2008 - Libro III DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

<https://www.fedexpor.com/expornews-febrero-2022/https://contenido.bce.fin.ec> BalanzaPagos › ebc20220

<https://www.lacamara.org/website/blog-post/los-empresarios-y-el-desarrollo-economico-en-la-historia-parte-iii> Guillermo Arosemena / Cámara de Comercio de Guayaquil

CAPÍTULO 7

EL IMPACTO SOCIOECONOMICO DE LA CONGESTION VEHICULAR EN LAS PRINCIPALES VIAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Wendy Wasbrum Tinoco¹

Esteban Arellano²

Wilfrido Wasbrum Tinoco³

ABSTRACT

Traffic congestion is one of the main obstacles to economic development in developing economies, generating serious social and economic impacts. The aggravation of trade in commercial and urban areas is more stimulating than destructive barriers. The objective of this research is to better understand the social and economic effects of vehicular congestion on roads in the province of Santa Elena. This study collected

-
- 1 Departamento de Seguridad y Defensa/ Unidad Académica Especial Salinas- ESMA /Universidad de Fuerzas Armadas ESPE. wwasbrun@espe.edu.ec. orcid.org/0000-0001-7350-9244
 - 2 Docente Titular Auxiliar 1, Universidad Técnica de Babahoyo, jmazaconce@utb.edu.ec
 - 3 Magister en Derecho Penal, Universidad Particular de Loja, wwasbrum@gmail.com. orcid.org/0000-0002-6172-5633

data from the Google Sheets database for regular road users to estimate the volume and measurement of travel time, delay time, and speed of vehicles on the road. during the day In addition to documenting many social impacts. The level of congestion divided into four road sections was determined from the GPS data of road users. The costs of delays due to traffic congestion have been estimated. The study found that congestion, narrow roads, inefficient public transportation methods, and worker attitudes underlie congestion, leading to high levels of stress for road users, resulting in economic loss per day. Distinguishing congested places at different times of the day, where it turned out that Av. Carlos Espinoza and Vía Punta Carnero from 16:00 to 18:00 M. Strongly congested with a coefficient of 1. This study can guide future work on sustainable transport systems in emerging cities, as well as market planning and design adaptation for sustainable transport. transportation systems, considering the reduction of negative socioeconomic impacts.

Keywords: Traffic congestion, Traffic congestion costs, Socioeconomic impacts

INTRODUCCIÓN

Un sistema de transporte eficiente acelera el desarrollo económico y genera beneficios directos para las empresas, las personas y el medio ambiente. Sin embargo, los vehículos pesados y el aumento de la actividad de transporte por autopistas y vías urbanas inciden en la congestión del tráfico en la provincia de Santa Elena, generando graves problemas socioeconómicos (Mazzarol & Choo, 2003).

La congestión vial es un factor determinante para el desarrollo económico de la sociedad, la reducción de este factor vial asegura un sistema de transporte sostenible y eficiente. En las principales ciudades del mundo existe una infraestructura vial muy costosa y complicada, pero que podría satisfacer las necesidades de las personas, y a su vez, generar el crecimiento económico deseado. (Edmeades & Smale, 2006)the cooking banana of the East African highlands. Farmer demand for planting material is derived in an agricultural household model that accounts for variety traits and missing markets. The demand for candidate host varieties is predicted using a Zero-Inflated Poisson (ZIP).

La congestión del tráfico también puede entenderse como uno de los principales obstáculos para el desarrollo de las economías emergentes, especialmente de países mal administrados como Ecuador, que generan graves impactos sociales y económicos. La congestión vehicular en las principales áreas urbanas y comerciales incrementa estas barreras económicas, mientras se frena el crecimiento económico del país, así como los diversos problemas sociales que esto trae consigo (Jin et al., 2020).

En términos monetarios la congestión vial aumenta los costos de viaje debido al incremento de los tiempos de viaje, generando a su vez, un aumento en el consumo de combustible, lo que se traduce en una reducción en el ingreso de las personas, sumado a esto incrementa las emisiones de contaminantes atmosféricos, afectando no solo el medioambiente sino también la salud de la población (Li et al., 2011). Mientras más tiempo se produzca una congestión vial mayores serán los efectos sociales y ambien-

tales adversos, como el aumento de la contaminación acústica, estrés del conductor, disminución de la satisfacción mental, y el aumento de la presión de los pasajeros debido al tiempo desperdiciado por la congestión vial (Carter & Ferrin, 1996).

La congestión del tráfico y sus impactos socioeconómicos y ambientales han ido en aumento en las zonas urbanas y rurales de todo el mundo, desarrolladas o no, y seguirán empeorando, lo que representa una amenaza innegable para la calidad de vida urbana y rural. Su principal manifestación es la desaceleración gradual del tráfico, el aumento de los tiempos de viaje, el consumo de combustible, la contaminación y otros costos, las colas de tráfico y las demoras son comunes en los centros metropolitanos centrales, particularmente como resultado del aumento continuo del tráfico (Rodríguez Rivera, 2020).

El propósito de esta investigación es comprender mejor los efectos sociales, económicos y ambientales de la congestión del tráfico en las principales vías en la provincia de Santa Elena, a través del conteo de volumen y la medición del tiempo de viaje, el tiempo de demora y la velocidad del vehículo a lo largo del día.

7.1 METODOLOGIA

7.1.1 ÁREA DE ESTUDIO

La provincia de Santa Elena, es una provincia turística y comercial, está ubicada al centro-sur de la región litoral del Ecuador, en la puntilla de Santa Elena. Es una ciudad costera con una población de más de 400 mil habitantes. Debido a su ubicación geográfica estratégica, Santa Elena juega un papel vital en el desarrollo económico del país, ya que, en esta provincia, existen varias infraestructuras de interés nacional, como la Armada Nacional, que cuenta con una base Naval, Terrestre y de Aviación, la refinería ubicada en La Libertad, un puerto petrolero en Monteverde, un puerto pesquero ubicado al otro extremo de la provincia en Anconcito, así como diversos puntos turísticos a lo largo de la costa de la provincia.

Debido a sus características, Santa Elena se ha vuelto un punto importante en la producción de larvas de camarón las cuales dan abasto al resto del país e inclusive de exportación a otros países. La mayoría de la población de la provincia son de bajos ingresos (trabajadores de la confección, jornaleros, trabajadores del transporte). Los trabajadores y la mayoría de los residentes tienen que depender del transporte público para moverse.

La congestión del tráfico es un fenómeno común y cotidiano en la zona urbana, la que con el incremento de personas y el incremento de vehículos será un problema vial serio al mediano y largo plazo. A esto debemos agregar las épocas de temporada alta en las que las vías colapsan y se generan embotellamientos a lo largo de la vía principal de la provincia de Santa Elena (Arellano, 2016).

La carretera Av. Eleodoro Solorzano es la única ruta principal que conecta la entrada de Santa Elena con el centro de las 3 ciudades hasta llegar a la Base militar en la puntilla, existen vías secundarias, pero no son del todo eficientes. En este sentido, para el transporte público en general, esta carretera es la única ruta de la que depender. En este ensayo, nos hemos centrado en las causas y los impactos socioeconómicos ocasionados por la congestión del tráfico en Santa Elena, en la principal avenida de la provincia (17.7 km en total) en un tiempo estimado de 40 min en condiciones normales, que se divide en 3 secciones, Av. Eleodoro Solorzano (6.5km), Carlos Espinoza Larrea (8.2km) y Fernando Márquez de la Plata (3km). La ruta de estudio ha observado diez tipos de vehículos, tales como buses, camiones, trailers, autos, camionetas, bicicletas, motos y motos eléctricas, volquetas y tanqueros. Este estudio consideró cinco intersecciones (Márquez de la Plata y Av. Eleodoro Solorzano, Intersección Vía Ballenita, intersección Av. Carlos Espinoza Larra, Eleodoro Solorzano y Diagonal A; Intersección Av. Carlos Espinoza y Vía Punta Carnero y Av. Carlos Espinoza Larrea y Vía Malecón).

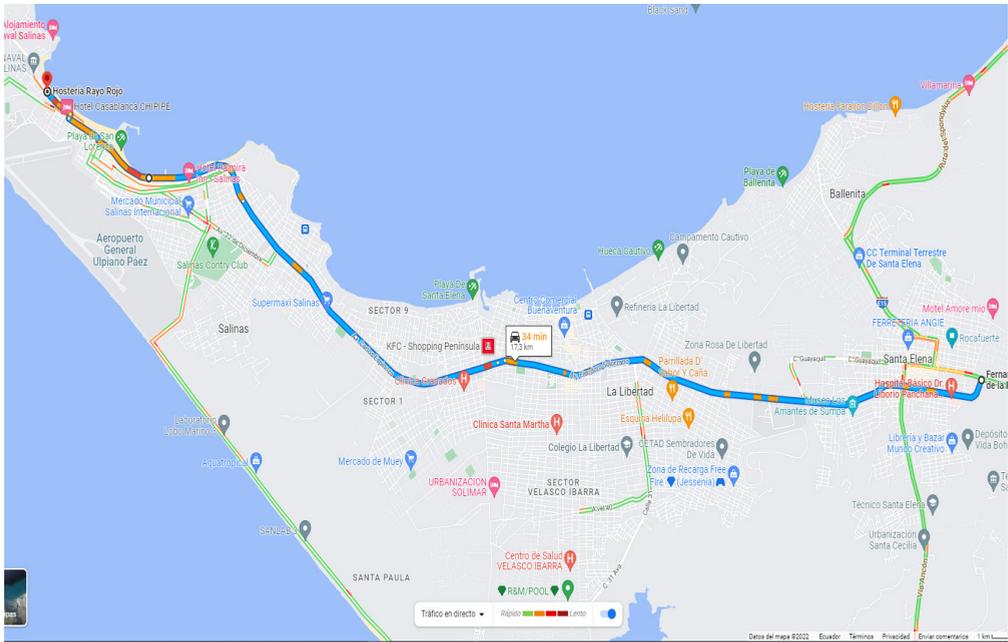


Figura 1. Mapa con la ruta a estudiar y sus intersecciones Fuente: Google Maps

7.2 MÉTODOS

7.2.1 RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recopilación de datos primarios, hemos seguido tanto los datos cuantitativos como enfoques cualitativos. Los datos del volumen de tráfico se recopilaban de

acuerdo a los datos de Google Maps, el cual los datos mostrados por la plataforma constituyen con la información los usuarios de Google Maps, con datos ubicaciones y velocidad promedio al modelo, por o que mientras más usuarios usen Google Maps los datos serán más precisos, la ruta, el tiempo previsto y la densidad del tráfico se basan en los datos obtenidos al momento de la consulta.

Todos los celulares que tienen los servicios de ubicación activados envían bits de datos anónimos a Google, esto le permite a la compañía analizar la cantidad total de automóviles y qué tan rápido van en una carretera en un momento dado. El tiempo de demora se identificó con base en el tiempo de viaje analizado en diferentes momentos, considerando la velocidad del vehículo, la velocidad de flujo libre y la longitud de la carretera para calcular el tiempo de retraso.

Perfil Sociodemográfico.

Años de edad	Hombres por edad	Mujeres por edad	Población por edad
0-14	54840.48402	52444.88639	107285.3704
15-29	52533.94206	49880.08298	101389.8848
30-44	42158.95605	42221.29502	85208.46883
45-59	29486.33364	30599.52957	60121.48548
60-74	16493.11082	17882.37933	34428.92355
75-89	5174.134656	6322.95285	11568.33205
90+	400.7505328	739.1620938	1175.534896
TOTAL	201087.7118	200090.2882	401178

Fuente: INEC

7.2.2 ANÁLISIS DE PATRONES DE FLUJO DE TRÁFICO

El nivel de servicio (NS) se utiliza para evaluar la eficacia con la que funciona una instalación de transporte desde el punto de vista de un viajero. Hemos empleado la relación Volumen a Capacidad (V/C), que es la relación de vehículos que pasan por un punto en una hora (V) y el número máximo de vehículos que pueden pasar por ese punto (C), es decir, la relación de vehículos volumen y capacidad vial. La técnica V/C se usa para determinar el nivel de servicios y qué tan bien se está desempeñando una carretera. Este indicador puede informar a los operadores de transporte sobre los tramos de carretera en los que se necesitan medidas de mitigación del tráfico (Fattah et al., 2021).

Se especifican seis niveles de servicio, a cada uno de los cuales se le asigna una letra de la A a la F (Tabla 2). El nivel de Servicio A indica las mejores condiciones de operación, mientras que el F indica las peores condiciones de flujo de tráfico. El Nivel de Servicio del segmento de carretera nos lo brinda Google Maps, indicando los colores

en cada segmento de la carretera, sin embargo, este se calcula utilizando los datos de volumen de tráfico. La ecuación de cálculo de nivel de servicio es la ecuación simple de volumen/ capacidad es: $NC=V/C$

Relación NC y V/C que describen diferentes estados de tráfico.

V/C RATIO	ESTADO DEL TRAFICO	NC
0 - 0.6	Flujo Libre	A
0.61 - 0.7	Estable sin afectar la velocidad	B
0.71 - 0.8	Estable y afecta la velocidad	C
0.81 - 0.90	Estable y mayor densidad vehicular	D
0.91 - 1.00	Velocidad Baja	E
> 1.00	Flujo Interrumpido	F

Fuente: (Fattah et al., 2022)

7.2.3 ANÁLISIS DE IMPACTO SOCIAL – NIVEL DE SATISFACCIÓN

Evaluar los impactos de la congestión del tráfico en diferentes grupos sociodemográficos el nivel de satisfacción de los encuestados a las condiciones de tráfico existentes se ha evaluado a través del índice de satisfacción en la siguiente ecuación:

SI= Índice de Satisfacción, NSR = Número de usuarios satisfechos, NDR= Número de usuarios insatisfechos. El valor de SI= +1, indica el mayor nivel de satisfacción, y el valor de SI = -1, indica el mayor nivel de insatisfacción.

7.2.4 ANÁLISIS DE IMPACTO ECONÓMICO – COSTOS DE DEMORA DE CONGESTIÓN

El costo del tiempo de viaje retrasado es el factor más utilizado para evaluar los impactos económicos de la congestión del tráfico. El método más común para estimar el costo es aplicar el Valor del Tiempo (VOT) para estimar los costos del retraso (Fattah et al., 2022). Usando la siguiente ecuación se estimaron los costos de tiempo de viaje:

Donde, t_f = Tiempo promedio de viaje, t_n = Tiempo promedio de viaje a velocidad de flujo libre, VOT= Valor del tiempo, V = Volumen de tipo de vehículo, i= tipo de vehículo.

VOT se refiere a la cantidad de dinero que un viajero pretende pagar por la reducción de una unidad de tiempo de viaje. El VOT depende de varios factores, incluido el propósito del viaje, los modos de viaje, las condiciones socioeconómicas del viajero y el tiempo de viaje. Este estudio calculó el VOT para diferentes vehículos considerando la disposición a pagar de la población por la reducción de la congestión del tráfico y

tomando un valor promedio para diferentes tipos de vehículos (Gamberoni & Newfarmer, 2009)institutions, and incentives.

7.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS

7.3.1 ANÁLISIS DE FLUJO DE TRÁFICO.

El tráfico en las vías del área de estudio es heterogéneo, y comprende muchos tipos de vehículos que se dividen en dos categorías en este estudio: vehículos públicos y vehículos privados.

El NC en la siguiente tabla, muestra el flujo interrumpido de vehículos durante las horas pico, especialmente al final del horario de oficina de 4 a 6 de la tarde, con un valor NC de más de 1,00. El análisis NC muestra las malas condiciones de flujo de tráfico en las carreteras del área de estudio, en que el volumen de tráfico en las carreteras de la ciudad aumenta y la velocidad de los vehículos disminuye a medida que pasa el día (Baqueri et al., 2016).

NC de las carreteras en diferentes momentos del día.

Horas del Día	Intersección Vía Ballenita	Intersección Av. C.E.L., E.S. y D. A	Intersección Av. Carlos E. y Vía P. C.	Av. C. Espinoza Larrea y Vía Malecón
5 - 6	0.34	0.53	0.46	0.45
6 - 8	0.89	1.36	1.24	1.03
8 - 10	0.67	1.17	1.11	0.96
10 - 12	0.44	0.89	0.84	0.74
12 - 14	0.6	1.05	1.01	0.91
14 - 16	0.67	1.14	1.08	0.98
16 - 18	1.03	1.61	1.55	1.33
18 - 20	0.93	1.51	1.44	1.23
20 - 22	0.75	1.22	1.17	1.06
22 - 23	0.7	0.62	0.6	0.61

Fuente: Elaboración propia

La Tabla anterior muestra los malos estados de flujo de tráfico de las tres carreteras, mientras que la congestión en las carreteras Márquez de la Plata a Av. Eleodoro Solorzano y Av. Carlos Espinoza Larrea al Malecón de Salinas es relativamente baja, mientras que a lo largo de la Av. Eleodoro Solorzano es sumamente alta. La Tabla anterior muestra que el valor NC más alto de 1.61 se calculó en la intersección de la Av. Carlos Espinoza y Vía Punta Carnero desde las 4 p.m. a las 6 p. m. El valor de NC fue superior a 1 para Intersección Vía Ballenita y Av. Carlos Espinoza Larrea y Vía Malecón la mayor parte del tiempo, lo que indica el flujo de interrupción y el atasco constante.

7.3.2 ANÁLISIS DE IMPACTO SOCIAL – NIVEL DE SATISFACCIÓN

Los resultados del índice de satisfacción que se muestran en la siguiente tabla, muestran que las personas de todos los grupos sociodemográficos están muy descontentas con el flujo de tráfico en las carreteras del área de estudio.

Los impactos de la congestión del tráfico en el nivel de satisfacción.

Años de edad	SI
0-14	-0.933
15-29	-0.867
30-44	-0.899
45-59	-0.929
60-74	-0.897
75-89	-0.933
90+	-0.917

Fuente: Elaboración propia

7.3.3 ANÁLISIS DE IMPACTO ECONÓMICO – COSTOS DE DEMORA DE CONGESTIÓN

El tiempo de viaje es uno de los factores más importantes que todo viajero considera al planear un viaje. El efecto principal de la congestión del tráfico es un retraso, lo que hace que los pasajeros esperen e intensifica las horas pico. El retraso hace que los usuarios de la vía pierdan tiempo pasando por la espera, lo que provoca que se pierdan reuniones importantes y lleguen tarde al trabajo.

Como resultado del retraso de tiempo, los usuarios de la vía sufrieron pérdidas económicas, en el presente ensayo se cuantificó el valor económico del tiempo de retraso debido a la congestión del tráfico en las vías de estudio. Los costos totales del tiempo de demora se estimaron en \$4,868.55 por día, mientras que la parte máxima fue de \$1,668.79 desde la Intersección Vía Ballenita a los tramos de Av. C. Espinoza Larrea y la parte mínima fue de \$895.26 desde la Intersección Av. Carlos Espinoza Larrea. De acuerdo con el análisis, la mayor cantidad de costos se estimó durante las horas pico (23,31% del total durante el período 16 a 18 horas y 20,48% durante el período 18 a 20).

A medida que aumenta el volumen de tráfico y la congestión durante este tiempo, los costos de demora también aumentan durante las horas pico. Durante la observación de campo, se identificó que los buses, camiones y taxis que dan servicio de transporte son los responsables de incrementar los tiempos de demora.

Retraso en los costos de tiempo de viaje (USD) por congestión de tráfico

Horas del Día	Intersección Av. C.E.L., E.S. y D. A	Intersección Vía Ballenita	Intersección Av. Carlos E. y Vía P. C.	Av. C. Espinoza Larrea y Vía Malecón	Total (USD)	% Total
6 - 8	\$ 154.35	\$ 147.83	\$ 83.35	\$ 43.99	\$ 429.51	8.82%
8 - 10	\$ 89.13	\$ 110.54	\$ 68.20	\$ 80.70	\$ 348.57	7.16%
10 - 12	\$ 29.85	\$ 60.26	\$ 90.72	\$ 71.38	\$ 252.20	5.18%
12 - 14	\$ 33.44	\$ 81.47	\$ 179.15	\$ 51.40	\$ 345.47	7.10%
14 - 16	\$ 69.35	\$ 160.82	\$ 231.45	\$ 171.74	\$ 633.36	13.01%
16 - 18	\$ 203.46	\$ 436.87	\$ 279.06	\$ 215.26	\$ 1,134.65	23.31%
18 - 20	\$ 226.04	\$ 401.91	\$ 238.46	\$ 130.66	\$ 997.08	20.48%
20 - 22	\$ 77.08	\$ 236.30	\$ 160.76	\$ 95.89	\$ 570.03	11.71%
22 - 23	\$ 12.57	\$ 32.78	\$ 75.10	\$ 37.24	\$ 157.68	3.24%
Total	\$ 895.26	\$ 1,668.79	\$ 1,406.25	\$ 898.25	\$ 4,868.55	100.00%

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

El crecimiento del tráfico vehicular y la demanda de transporte en los últimos años, particularmente desde principios de la década de 2008, ha causado graves congestiones de tráfico, accidentes, demoras y complicaciones ambientales, particularmente en la temporada alta, afectando tanto a los automóviles como a los pasajeros del transporte público como a los usuarios particulares, generando numerosas consecuencias sociales negativas además de disminuir la eficiencia económica. Lo alarmante es que esta expresión moderna se ha ido intensificando sin mostrar signos de disminución, dando como resultado un grave problema que socava la calidad de vida urbana. En este ensayo se realizó un análisis a microescala para investigar el nivel de congestión del tráfico, identificar las causas de la congestión y evaluar los impactos socioeconómicos de la congestión en las principales avenidas de la provincia de Santa Elena.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arellano, E. (2016). ANÁLISIS DEL GASTO TRIBUTARIO EN LA EXONERACIÓN DE IMPUESTOS A LA PROPIEDAD VEHICULAR SANTA ELENA, 2015 [UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL]. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Baqueri, S. F. A., Ectors, W., Ali, M. S., Knapen, L., Janssens, D., & Yasar, A.-U.-H. (2016). Estimation of Value of Time for a Congested Network – A Case Study of the National Highway, Karachi. *Procedia Computer Science*, 83(Ant), 262–269. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.04.124>
- Carter, J., & Ferrin, B. (1996). Transportation Costs and Inventory Management: Why Transportation Cost Matter. *Production and Inventory Management Journal*, 37(3), 58–62.
- Edmeades, S., & Smale, M. (2006). A trait-based model of the potential demand for a genetically engineered food crop in a developing economy. *Agricultural Economics*, 35(3), 351–361. <https://doi.org/10.1111/j.1574-0862.2006.00167.x>
- Fattah, M. A., Morshed, S. R., & Kafy, A. (2022). Insights into the socio-economic impacts of traffic congestion in the port and industrial areas of Chittagong city, Bangladesh. *Transportation Engineering*, 9(December 2021), 100122. <https://doi.org/10.1016/j.treng.2022.100122>
- Fattah, M. A., Morshed, S. R., Morshed, S. Y., Hoque, M. M., & Haque, M. N. (2021). The impact of urban street median in pedestrian behavior and traffic flow: Experience from a growing city Khulna, Bangladesh. *Transportation Engineering*, 6, 100090. <https://doi.org/10.1016/j.treng.2021.100090>
- Gamberoni, E., & Newfarmer, R. (2009). Aid for Trade: Matching Potential Demand and Supply. *World Bank Policy Research Working Paper 4991, July*, 1–42.
- Jin, F., Yao, E., & An, K. (2020). Analysis of the potential demand for battery electric vehicle sharing: Mode share and spatiotemporal distribution. *Journal of Transport Geography*, 82(June 2019), 102630. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2019.102630>
- Li, X., Gan, C., & Hu, B. (2011). The welfare impact of microcredit on rural households in China. *Journal of Socio-Economics*, 40(4), 404–411. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2011.04.012>
- Mazzarol, T., & Choo, S. (2003). A study of the factors influencing the operating location decisions of small firms. *Property Management*, 21(2), 190–208. <https://doi.org/10.1108/02637470310478918>
- Rodriguez Rivera, H. F. (2020). Análisis de la rentabilidad aplicando el modelo DUPONT en empresas de transporte de carga pesada en la provincia del Carchi. *SATHIRI*, 15(2), 9–21. <https://doi.org/10.32645/13906925.976>

CAPÍTULO 8

CLIMA LABORAL Y LA PRODUCTIVIDAD EN EL ÁMBITO MERCANTE

Wendy Wasbrum Tinoco¹

Esteban Arellano

Wilfrido Wasbrum Tinoco²

Maria José Meregildo

RESUMEN

Es de vital importancia comprender que los seres humanos están permeados de una serie de factores que permiten que estos aumenten o disminuyan sus niveles de producción y consigo, la calidad de su trabajo; entre estos factores el más importante es el clima laboral, *es por ello, que la presente investigación tiene como finalidad, valorar el clima laboral como principio clave en el rendimiento productivo y su relación directa con la satisfacción generalmente se asumen como factores que inciden sobre el desempeño de la tripulación a bordo, componente importante para crecer en la productividad laboral. El propósito de este estudio descriptivo es investigar el impacto del clima laboral en la satisfacción personal de los oficiales y tripulantes que forman parte de la marina mercante. El objetivo fue demostrar que existe una relación directa entre el clima laboral y la productividad laboral que estimulan o afectan desde el marinero hasta el capitán.*

1 orcid.org/0000-0001-7350-9244

2 orcid.org/0000-0002-6172-5633

palabras-clave: *clima laboral; satisfacción; productividad; motivación.*

Espacio reservado para la organización del congreso.

8.1 CLIMA LABORAL Y LA PRODUCTIVIDAD EN EL ÁMBITO MERCANTE

La actividad marítima como cualquier otra, depende del factor humano. En la navegación, la intervención humana en la toma de decisiones es imperativo un buen resultado ya que un error mínimo puede desencadenar en una desgracia, de repercusiones muy elevadas. La gente de mar está bajo el marco de muchos factores de riesgos psicosociales a bordo de un buque (fatiga, experiencia, salud general...) eso sumado a los factores externos como: el estado de la mar, las tormentas eléctricas, la fuerza del viento. Esto quiere decir que son varios los elementos que pueden intervenir en el objetivo de cada naviera y este es, que el armador (Persona jurídica que dota un barco para su explotación comercial) cumpla su compromiso con el fletador (persona que concierta el contrato comprometiéndose al embarque de las mercancías y al pago del flete).

Por ende, la compañía es responsable de velar por una buena formación y un buen clima laboral, acorde al tipo de transporte, además de la formación general y así evitar que se produzcan accidentes en la medida de lo posible, puesto que los señores oficiales y tripulantes, serán los encargados de garantizar el buen desempeño de cualquier trabajo abordo y un personal bien capacitado y motivado en un buen ambiente laboral obtiene un nivel productivo al máximo. El clima laboral es el medio en el que se desempeña el trabajo diario, también se lo conoce como ambiente laboral. Está conformado por la combinación de emociones, personalidades y actitudes de los colaboradores que trabajan en una misma organización. Depende, además, del entorno físico, los dispositivos o máquinas que se usen para desarrollar las tareas y los procesos o sistemas que definan la forma de “hacer las cosas”.

No se debe descuidar la motivación tanto laboral como personal, considerando un tema indivisible, para identificar los factores de riesgo de naturaleza psicosocial, con el fin de poder evaluar como es el estado emocional de los tripulantes de cualquier buque. Y de ese modo establecer una buena política de prevención, *el objetivo de este trabajo fue demostrar que existe una relación directa entre el clima laboral y la productividad laboral que estimulan o afectan desde el marinero*

8.2 MARCO TEÓRICO

Si el clima laboral es agradable, la empresa tiene mayores probabilidades de tener éxito en sus emprendimientos, de lograr una mejor productividad y ser más rentable. Esto está directamente relacionado con la motivación de todos los colaboradores que forman parte de su empresa. Cuando una persona se siente valorada y escuchada, tiene mejor predisposición para afrontar los desafíos del trabajo y dar lo mejor de sí.

En cambio, con un clima laboral hostil, es más probable que aumente la rotación y la deserción laboral, que los empleados pierdan su motivación y estén más reacios a colaborar. También hay mayor probabilidad de que se cometan errores y se pierda productividad a causa del malestar y la falta de motivación. En resumen: un clima laboral agradable es bueno para las personas y bueno para los negocios.

El clima organizacional es el tipo de ambiente que existe con las personas que forman parte de una organización y son interrelacionados con un alto grado de motivación existente. Por otro lado, el Clima organizacional también es catalogado como el ambiente que percibe el trabajador y determina su rendimiento de la organización y es determinante para alcanzar sus objetivos y metas organizacionales. Entonces se puede decir, que si la motivación de esta es elevada, el clima organizacional tiende a ser alto y proporciona relaciones de satisfacción, implicación, interés y colaboración entre los participantes por el contrario cuando la motivación de los miembros es baja, sea por frustración o por barreras a la satisfacción, el clima organizacional tiende a bajar caracterizando por estados de desinterés, apatía, insatisfacción y depresión inclusive pudiendo llegar a la inconformidad, agresividad e insubordinación al interior de la organización. En otras palabras, el clima laboral depende del carácter positivo o negativo del entorno laboral que predomine. Por lo tanto, el clima laboral debe ser positivo porque produce un ambiente laboral más humano. “Trata de cubrir las necesidades básicas de los empleados, así como las de niveles superiores, busca aprovechar las habilidades más desarrolladas de cada trabajador y ofrecer un ambiente que le estimule a mejorarlas”

8.2.1 MOTIVACIÓN EN EL AMBIENTE DE TRABAJO

Armstrong (2004) indica que antes de analizar lo que es motivación, es necesario revisar que es un motivo: es algo que inicia el movimiento, entonces la motivación se refiere a lo que hace que la gente actúe o se comporte de determinadas maneras, dicho de otra manera. Según Armstrong (2004) el motivar a las personas es señalar cierta dirección y dar los pasos que sean necesarios para asegurar que lleguen ahí. Se desprende de este análisis que estar motivado es querer ir a un determinado sitio por voluntad propia, para alcanzar el éxito. Según Chiavenato (2007) la motivación son acciones activas que impulsan el comportamiento y se manifiestan como aceptación o rechazo. Por consiguiente, la motivación establece metas a cumplirse y brindan satisfacción al individuo a la vez que aumenta su estima creando poder y mejoramiento de su status. La motivación también va relacionada con las personas porque estas son diferentes y van de acuerdo a sus necesidades y afectan en el comportamiento de las personas, en su capacidad y en sus valores para poder alcanzar sus objetivos.

8.2.1.1 Tipos de motivación

Según Armstrong (2004) en los seres humanos se encuentran los siguientes tipos de motivación:

1. Motivación extrínseca. - Lo que uno hace por las personas para motivarlas

2. Motivación intrínseca. - Los factores autogenerados que influyen a las personas para comportarse de una manera en particular o para moverse en una determinada dirección.

8.2.1.2 Clima laboral

El clima organizacional es el tipo de ambiente que existe con las personas que forman parte de una organización y son interrelacionados con un alto grado de motivación existente. Por otro lado, el Clima organizacional también es catalogado como el ambiente que percibe el trabajador y determina su rendimiento de la organización y es determinante para alcanzar sus objetivos y metas organizacionales. Entonces se puede decir, que si la motivación de esta es elevada, el clima organizacional tiende a ser alto y proporciona relaciones de satisfacción, implicación, interés y colaboración entre los participantes por el contrario cuando la motivación de los miembros es baja, sea por frustración o por barreras a la satisfacción, el clima organizacional tiende a bajar caracterizando por estados de desinterés, apatía, insatisfacción y depresión inclusive pudiendo llegar a la inconformidad, agresividad e insubordinación al interior de la organización.

En otras palabras, el clima laboral depende del carácter positivo o negativo del entorno laboral que predomine. Por lo tanto, el clima laboral debe ser positivo porque produce un ambiente laboral más humano. “Trata de cubrir las necesidades básicas de los empleados, así como las de niveles superiores, busca aprovechar las habilidades más desarrolladas de cada trabajador y ofrecer un ambiente que le estimule a mejorarlas”.

Si la empresa (naviera) espera una productividad al límite, debe adjuntar la ergonomía:

La Ergonomía es una ciencia interdisciplinaria que estudia las relaciones entre el hombre y su entorno de trabajo.

Se integra en el conjunto de ciencias que buscan el equilibrio de los sistemas, la estabilidad entre las condiciones internas y externas ligadas al trabajo y que interactúan con la biología de la persona.

Las normas ergonómicas buscan:

Que las actividades no deterioren la salud.

Que las condiciones de trabajo no sean peligrosas.

Prevenir daños y efectos nocivos.

Trabajo no exceda los límites de las capacidades.

Riesgos a bordo:

El entorno laboral marítimo comprende los elementos físicos, ergonómicos, químicos, biológicos, psicológicos y sociales que podrían dar lugar a accidentes del trabajo, lesiones y enfermedades profesionales. La gente de mar debe hacer frente a condiciones de trabajo exigentes, aislamiento, largas jornadas laborales, estructuras organizativas rígidas y altos niveles de estrés y fatiga.

Obligaciones y responsabilidades generales de los armadores

Los armadores deberían cerciorarse de que su buque esté concebido con arreglo a los principios de la ERGONOMÍA y se ajuste a las leyes, reglamentos, normas o repertorios de recomendaciones prácticas internacionales y nacionales que vengan al caso.

Prevención de accidentes a bordo de los buques en el mar y en los puertos

ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@protrav/@safework/documents/normativeinstrument/wcms_112632.pdf

8.3 MATERIALES Y MÉTODOS

El diseño de investigación es de tipo cuantitativo porque se consideraron datos estadísticos del número de siniestros ocurridos en altamar por falla humana y encuestas aplicadas a los oficiales y tripulantes con más de 500 millas navegadas. El tipo de investigación es descriptivo, ya que se especifica cómo afecta el ambiente laboral en los resultados laborales de la tripulación.

La herramienta de investigación que se aplicó fue una encuesta a los 16 cadetes pilotos de tercer y cuarto año de la carrera de ciencias náuticas, que son los que ya han tenido su mes de embarque y visitas profesionales a los buques y cada uno puede relatar su experiencia y darnos un punto de vista diferente acerca de cómo influyó su ambiente laboral y sus resultados laborales que fueron calificados al final del mes a bordo. Y se realizó 2 entrevista una dirigida a un tercer oficial de máquinas y otra a un patrón de altura.

Se consideró la población de 17 cadetes de la carrera de ciencias náuticas de tercer y cuarto año y 2 entrevistas a un oficial y un tripulante, debido a que la muestra es limitada y menor a 100 observaciones se tomó en cuenta que la muestra es igual a la población.

8.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta 1. ¿Hizo las horas de guardias reglamentadas por la OMI?

Pregunta 2. ¿Las condiciones de trabajo fueron de su agrado?

Pregunta 3. ¿Padeció fatiga durante su período de embarque?

Pregunta 4. ¿Las instalaciones y maquinarias cumplían al prevenir los riesgos de accidentes a bordo?

Entrevista 1. Tercer oficial máquinas. Moya Joshua.

¿Sabe lo que es la ergonomía?

Si es algo que todos debemos de saber.

¿En qué compañía ecuatoriana cree UD que la ergonomía se cumple?

La ergonomía se cumple en todas, ya que es uno de los requisitos para que el empleador se sienta cómodo y no sufra alguna dolencia por incomodidad al trabajar.

¿Cuál ha sido el intervalo de máximo tiempo que navegó?

El tiempo máximo 10 meses.

¿Padeció fatiga u hostigamiento embarcado y qué cree que pudo prevenir esto?

Hostigamiento si, por la rutina la mente se cansa y la manera de prevenir eso es dándole a la persona el tiempo de descanso suficiente, aunque en muchos casos no ocurre eso y el cuerpo no asimila la hora de descansar.

¿Qué tipo de medidas lleva su empresa para mejorar su ambiente laboral?

Pues que tipo...por el momento los tiempos de relevos hacerlos más cortos.

¿Su empresa lleva un control del estado de sus empleados? Explíqueme como lo hace

Es un control mensual que se hace y en otros casos citan a la persona a la compañía para rendir una prueba escrita con la doctora presente para hacerle una evaluación.

¿Cree que el trabajo en equipo y la participación son elementos fuertes dentro de la organización en un buque mercante?

El trabajo en equipo es primordial, no siempre uno se sabe todo y necesitará

de la ayuda de otro que podría aportar, al igual a las horas de realizar un trabajo, por más experimentada que sea la persona siempre es bueno tener un par de manos extras para que ayuden y acelerar el resultado del trabajo realizado.

¿Se le proporcionó la capacitación correcta cuando se introdujeron nuevos métodos para el manejo de los equipos de navegación?

Si se proporcionó la capacitación idónea, pero igual con el pasar del tiempo uno va aprendiendo nuevas técnicas.

Entrevista 2. Patrón de Altura. Ney Fernando Villón Vera.

¿Cuál ha sido el intervalo de máximo tiempo que navegó?

-Tiempo máximo que navegue fue de 12 semanas.

¿Padeció fatiga u hostigamiento embarcado y qué cree que pudo prevenir esto?

-No se padece de Fatiga ni Hostigamiento porque tenemos tiempos libres en cada puerto es la manera de Fortalecer el Tiempo de Embarque, creando tiempos libres por grupos.

¿Qué tipo de medidas lleva su empresa para mejorar su ambiente laboral?

-El Ambiente Laboral es Ameno cuando existen Charlas y Capacitaciones de parte de Recursos Humanos Y EL Capitán al mando las cuales te permiten expresar tus problemas, dolencias malas entendidas y así evitas que se alar gue alguna situación en malos términos que mantengan los tripulantes.

¿Su empresa lleva un control del estado de sus empleados? Expliqué como lo hace

-Tenemos un médico Ocupacional en tierra el cual se encarga de evaluar mensualmente al tripulante.

¿Cree que el trabajo en equipo y la participación son elementos fuertes dentro de la organización en un buque mercante?

-Por supuesto que el trabajo en Equipo dan mejores resultados, las personas somos cuerpo que nos debilitamos y siempre tenemos manos extras y cerebros frescos para proporcionar la ayuda necesaria

¿Se le proporcionó la capacitación correcta cuando se introdujeron nuevos métodos para el manejo de los equipos de navegación?

-Siempre nos estamos capacitando y Familiarizando con todo in que abarca Equipos de Navegación además tenemos cada cinco años los cursos GMDSS donde lo actualizan y refrescan los Métodos de Comunicación y Socorro que todo Navegante debe tener como conocimiento básico

CONCLUSIONES

El análisis de las características del lugar considerando desde las instalaciones, carga de trabajo en relación a las horas de guardia y condiciones del lugar de trabajo influyen de forma directa en la productividad laboral en el personal mercante evidenciando que el clima laboral del trabajador es un aspecto fundamental en la tripulación que navega extensos periodos de tiempo.

Es importante tomar en cuenta el estado psicológico y de salud en general de los marinos mercante ya que por su trabajo al momento de embarcarse y pasar desde tres a diez meses a bordo lejos de sus seres queridos muchos de ellos se escudan en su trabajo y dejan a un lado el grupo familiar, por lo que es importante que las organizaciones sean quienes fomenten el buen clima organizacional que motive y capacite al personal a cumplir su labor de forma exitosa para ello el clima organizacional sea el más adecuado, esto ayudará a que su desempeño laboral sea el más óptimo en beneficio de la organización alcanzando sus metas y objetivos.

Por último, se recomienda fomentar la claridad y la transparencia organizativa, definiendo los puestos de trabajo, las tareas asignadas y el margen de autonomía con el objetivo de reducir la baja claridad de rol. Además, se recomienda el enriquecimiento de las tareas y la rotación de las mismas entre los marineros para aumentar las posibilidades de desarrollo y reducción de fatiga.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@protrav/@safework/documents/normativeinstrument/wcms_112632.pdf

<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/20033/Guardias%20de%20navegacion%20y%20fatiga.pdf?sequence=1>

<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/22775/EVALUACION%20DE%20RIESGOS%20PSICOSOCIALES%20Y%20SATISFACCION%20LABORAL%20EN%20UNA%20PYME%20DE%20TRANSPORTE%20MARITIMO%20DE%20PASAJEROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/12237/Trabajo%20Social%20con%20marinos%20mercantes%20Enfermedades%20psicosociales%20y%20su%20relacion%20con%20la%20satisfaccion%20laboral.pdf?sequence=1>

<https://core.ac.uk/download/pdf/41808938.pdf>

Work environment and productivity in the commercial field

ABSTRACT

It is vitally important to understand that human beings are permeated by a series of factors that allow them to increase or decrease their production levels and with them, the quality of their work; among these factors, the most important is the work environment, which is why this research aims to assess the work environment as a key principle in productive performance and its direct relationship with satisfaction are generally assumed as factors that affect the performance of the crew on board, an important component to grow in labor productivity. The purpose of this descriptive study is to investigate the impact of the work environment on the personal satisfaction of officers and crew members who are part of the merchant navy. The objective was to demonstrate that there is a direct relationship between the work environment and labor productivity that stimulate or affect from the sailor to the captain.

Keywords: working environment; satisfaction; productivity; motivation.

CAPÍTULO 9

“DESARROLLO ECOTURÍSTICO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA COMUNA DE OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA” “ECOTOURISM FOR THE DIVERSIFICATION OF THE COMMUNE TOURIST OFFER, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCE OF SANTA ELENA”

Dayanna Jamilex Calderón Orrala
Ana Cristina Martin Muñoz
Emma Mercedes Severino Ricardo
Yonaiker Navas Montes

ABSTRATO

Atualmente a comuna de Olón apresenta uma alta demanda na área turística, no entanto esta é afetada pelo uso inadequado de seus recursos naturais e culturais (“tu-

risimo de massa”), tornando a atividade com maior foco a gastronômica que beneficia apenas os proprietários de estabelecimentos de restauração e bebidas, por esta razão é importante dar maior destaque à diversidade de atrações turísticas naturais que a comuna tem através de uma promoção adequada, isso irá gerar uma maior fonte de rendimento que beneficiará a comunidade. além de contribuir para o desenvolvimento e crescimento do turismo sustentável, e como consequência, promoverá a demanda de turistas e residentes locais e estrangeiros ao longo de todo o ano e não apenas em “época”, a metodologia utilizada é descritiva baseada em uma ideia a defender, a mesma que se apoia através da realização de cartões dos atractivos turísticos mais naturais s importantes da comuna, da mesma forma que foram realizados inquéritos à comunidade e aos turistas. Finalmente, se obtienen resultados que expresan la conformidad de los encuestados en que se deben aprovechar los diferentes recursos turísticos de forma consciente, respetando la naturaleza y contribuyendo a la conservación de la biodiversidad de la zona, lo que permite el mejoramiento de la situación socioeconómica de a população.

palavras-clave: Atrativos turísticos; Turismo sustentável; atividades turísticas; situação econômica; diversificação da oferta turística.

ABSTRACT

At the moment the commune Olón presents / displays a high demand in the tourist area, nevertheless this one is affected by the inadequate use of its natural and cultural resources (“mass tourism”), obtaining that the activity with greater approach is the gastronomic one that benefits only to the owners of food and drink establishments, for this reason it is important to give greater prominence to the diversity of natural tourist attractions with which the commune has an adequate promotion, this will generate a greater source of income that will benefit the community in general, in addition to contributing to the development and growth of sustainable tourism, and as a consequence will encourage the demand of both local and foreign tourists and residents throughout the year and not only in “season”, the methodology used is descriptive based in an idea to defend, which is supported through the making of chips of the attractions The most important natural tourist attractions of the commune, surveys of the community, tourists and inhabitants were carried out. Obtaining results that express the conformity of the respondents in that they should take advantage of the different tourist resources in a conscientious way, respecting the nature and contributing to the conservation of the biodiversity of the area, which allows the improvement of the socio-economic situation of the population.

keywords: Tourist Attractions; Sustainable Tourism; Tourist Activities; Economic Situation; Diversification of the tourist offer

Espacio reservado para la organización del congreso

9.1 DESARROLLO ECOTURÍSTICO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA COMUNA DE OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA

9.1.2 INTRODUCCIÓN

El ecoturismo surge como una necesidad de conservar en la medida que sea posible los espacios de carácter natural, es así que países líderes adoptan este término en la implementación y puesta en marcha de sus destinos ecológicamente amigables.

Así en el año 1992 se incorporan matrices y se establecen los parámetros para la denominación turismo de naturaleza; países como el Reino Unido adoptan listados de lugares conocidos como destinos verdes y se aborda aspectos en el desarrollo de lugares en los cuales confluyen medio ambiente y entorno sociocultural del destino turístico bajo preceptos de destinos ecológicos reconocidos en la Organización Mundial del Turismo (2002).

En función de este nuevo escenario a nivel mundial surge la necesidad en el Ecuador de viabilizar destinos en lugares que poseen una interacción de la naturaleza enlazados en la búsqueda de utilizar de manera responsable sus recursos naturales, por lo cual han optado en este medio con la finalidad de desarrollar alternativas de esparcimiento que conecten al turista con la naturaleza de forma armónica y que el resultado logre un beneficio económico para la localidad receptora conservando en la medida que sea posible sus recursos naturales.

Así mismo la comuna Olón, ubicada en la parroquia Manglar alto perteneciente a la provincia de Santa Elena, posee atractivos turísticos naturales y culturales tales como la gastronomía, la playa, el mirador turístico del santuario de la Virgen del Fiat, senderos, bosques, cascadas y sus fiestas patronales. Además, es uno de los principales destinos turísticos que ha surgido desde hace algunos años es Olón, caracterizado por poseer una de las playas más extensas de la costa ecuatoriana, que es visitada por turistas nacionales y extranjeros, además del gran potencial que incluye una extensa zona boscosa donde convergen armónicamente la flora y la fauna combinados con la cultura propia de la localidad; Dentro de la comunidad las actividades más sobresalientes son el recorrido por los senderos hacia las cascadas y las actividades libres de playa, estos atractivos logran una mayor afluencia de personas posicionando a la comuna como un punto donde el turista puede disfrutar de hermosos paisajes y diversas actividades sean estas de relajación junto al mar o de aventura en los senderos y bosques.

Actualmente la asociación de turismo presente en la comuna Olón se ha dedicado exclusivamente al mercado de la gastronomía, dejando descuidada el área de ecoturismo existente, evidenciado por la falta de interés en apoyar a los proyectos presentados, debido a que se realiza muy poca gestión por parte de los directivos, generando que la comunidad pierda la oportunidad de ofrecer estos atractivos a los turistas nacionales y extranjeros, además de afectar la economía de los miembros que manejan esta plaza

dentro de la asociación, deteniendo el desarrollo de la localidad, lo que implica no poder ampliar el crecimiento del turismo sostenible. Las diferentes atracciones turísticas de la comuna son poco conocidas, esto debido a la falta de interés de los directivos en mantener un desarrollo turístico sostenible, lo que recae en la escasa promoción de las diferentes actividades que oferta la comunidad. El poco conocimiento de las actividades que involucran la convivencia con el medio natural y la poca organización de las autoridades competentes hace que el turismo realizado en la comunidad sea el denominado “turismo de masas”, lo que degrada gravemente al ecosistema debido a que los extranjeros radicados en esta localidad construyen grandes establecimientos de hospedajes en las zonas del bosque, lo que conlleva a una tala indiscriminada de árboles afectando el hábitat de la flora y fauna nativa de la zona.

Todo lo mencionado con anterioridad tiene como consecuencia que la comunidad posee una inadecuada utilización de sus recursos y atractivos turísticos naturales y no presente una correcta definición de oferta que puede brindar a los visitantes, debido a que solo se enfocan en el producto de sol y playa. El rápido crecimiento de los establecimientos que no ofrecen un equilibrio con el medio ambiente, que en ciertas ocasiones provocan la destrucción de las áreas naturales, el mal aprovechamiento de los recursos y atractivos naturales, son la causa principal del tema de investigación que está orientado a desarrollar conciencia de un ecoturismo para el desarrollo sostenible de la comunidad.

9.2 MÉTODO

Este permite detallar las características que posee la comuna Olón, con respecto al ecoturismo permitiendo un turismo sostenible. Para el levantamiento de la información se recurrió a fichas de atractivos turísticos que posee la comunidad, lo que permitió la identificación de las características de cada uno de ellos, permitiendo la evaluación de su estado, comprobando si se encuentran aptos para la visita del público en general, de tal manera que se pueda captar la atención de los turistas, logrando un desarrollo turístico sostenible para la comunidad en general.

9.2.1 MÉTODO DEDUCTIVO

Según Gómez (2004) consiste en la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda es posible deducir conclusiones finales a partir de enunciados supuestos llamados premisas si de una hipótesis se sigue una consecuencia y esa hipótesis se da, entonces, necesariamente, se da la consecuencia.

9.2.2 MÉTODO INDUCTIVO

Según Sampieri (2006) “el método inductivo se aplica en los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios”.

Se empleó para analizar cada atractivo turístico de forma particular, la información recaudada permitió efectuar un estudio sobre el aprovechamiento de los diferentes atractivos y recursos naturales con la premisa de la conservación y cuidado de los mismos.

Permitieron reconocer los aspectos relevantes en cuanto a la utilización de los espacios naturales que prestan un atractivo turístico y el aporte al crecimiento ecoturístico de la población, a través de un cuestionario de cinco preguntas acerca del tema de investigación planteado, la opinión de este conjunto de personas fue de gran importancia para la consecución de las conclusiones del trabajo de acuerdo al análisis del punto de vista de cada uno de los entrevistados.

9.2.3 LAS VARIABLES SON

Variable independiente

Ecoturismo

Variable dependiente

Diversificación de la oferta turística

Técnica de investigación

Encuesta

Según Tamayo y Tamayo (2008), la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”.

Permitieron tener una idea clara acerca del conocimiento o desconocimiento de los diferentes atractivos turísticos naturales y culturales de la zona, generando sugerencias para el desarrollo ecoturístico; la herramienta estuvo constituida por un cuestionario de diez preguntas que recopilaban toda la información necesaria para su posterior análisis y desarrollo de resultados en cuanto al mejor aprovechamiento de los diferentes recursos.

Población

La población local, por lo que se ha considerado un total de 2200 habitantes, datos obtenidos del censo de población realizado por estudiantes de la UPSE, trabajo desarrollado como actividad de vinculación entre los estudiantes y la comunidad. Se consideró también a los turistas cuyos datos obtenidos por parte de la Empresa Municipal de Turismo E.P fue de 3500 en el mes.

Muestra

Para el respectivo cálculo de la muestra, se desarrolló un muestreo probabilístico mixto, que es una combinación a partir de dos o más muestreos. Por lo tanto, se aplicó la siguiente fórmula de muestreo aleatorio simple para esta población finita:

Donde n= Tamaño de muestra

N= Población universo

Z= Nivel de confianza 1.96

p= Probabilidad que se cumpla la hipótesis 0.5

q= Probabilidad que no se cumpla 0.5

E= Margen de error/ probabilidad de consumo 0.05

Se empleó la fórmula de la población finita debido a que la población es inferior a 100.000 habitantes; de tal forma que la matriz quedó de la siguiente manera:

$$n = 1.96^2 \cdot 5700 \cdot 0.50 \cdot 0.50$$

$$0.05^2 (5700-1) + 1.96^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50$$

$$n = 385$$

RESULTADOS

La investigación realizada proporcionó factores de los diferentes atractivos que posee la comuna de Olón que se deben considerar, evaluar y analizar para optimizar su utilización con base en un ecoturismo como fortalecimiento de la diversificación de la oferta turística existente, a través de las encuestas y entrevistas realizadas se pueden determinar los procedimientos que ayuden a cumplir con los objetivos de esta propuesta. Al obtener resultados poco favorables en cuanto a la oferta turística y la utilización de sus espacios naturales, se procede a realizar una observación y un análisis cuantitativo de las opiniones y expectativas de los turistas encuestados, y se determina que uno de los problemas fundamentales que posee la comuna es la falta de políticas de turismo para lo cual se plantean estrategias que impulsen el desarrollo de estas sin que los espacios naturales sufran impactos negativos.

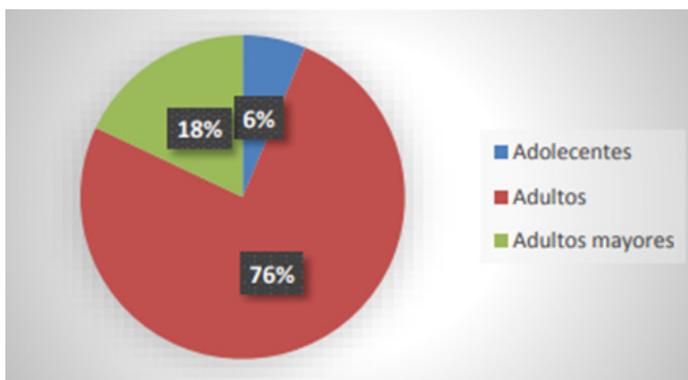


Gráfico 2 Edad

Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: González Quimí Christian (2018).

En las encuestas se obtuvo que el 6% de los participantes son jóvenes con edades comprendidas entre los 16 y 19 años, catalogados como adolescentes; el 76% son adultos con edades comprendidas entre los 20 y 64 años; mientras que el grupo de adultos mayores, con edades entre los 65 y 80 años de edad, representan el 18%, esto demuestra que en su mayoría los visitantes de la comuna son personas que se encuentran activas económicamente.

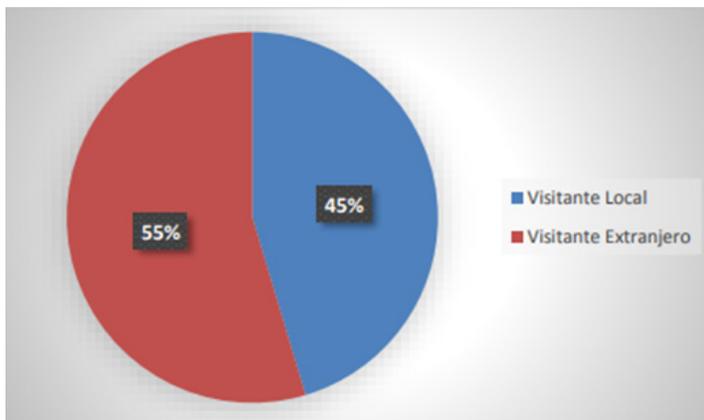


Gráfico 3 Tipo de Visitante

Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: González Quimí Christian (2018).

Los resultados de esta pregunta demuestran que el 45% de los encuestados son visitantes locales, mientras que el 55% de estos provienen del extranjero, lo que permite determinar que el lugar turístico es conocido a nivel internacional y posee características que logran atraer a los visitantes.

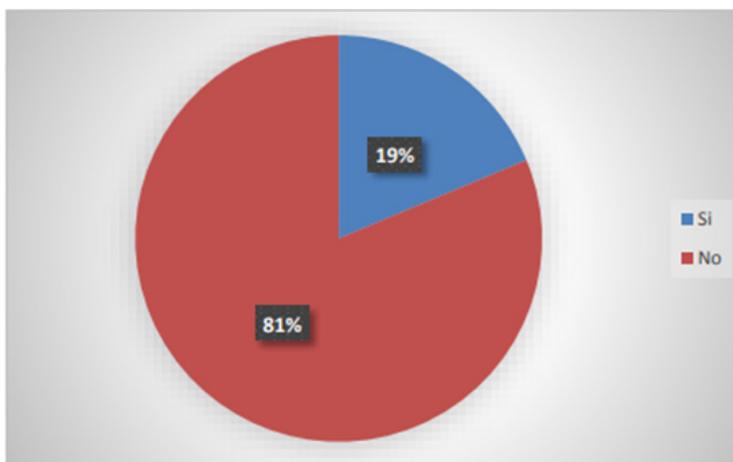


Gráfico 4 - Tipo de Servicio Turístico

Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: González Quimí Christian (2018).

Únicamente el 19% de los encuestado ha contratado algún servicio de turismo dentro de la comuna, mientras que el 81% de los participantes no conocen si existe alguna empresa o persona que provea este tipo de servicios, lo que permite determinar que la comuna posee una debilidad en cuanto al aprovechamiento de los recursos turísticos de la misma.

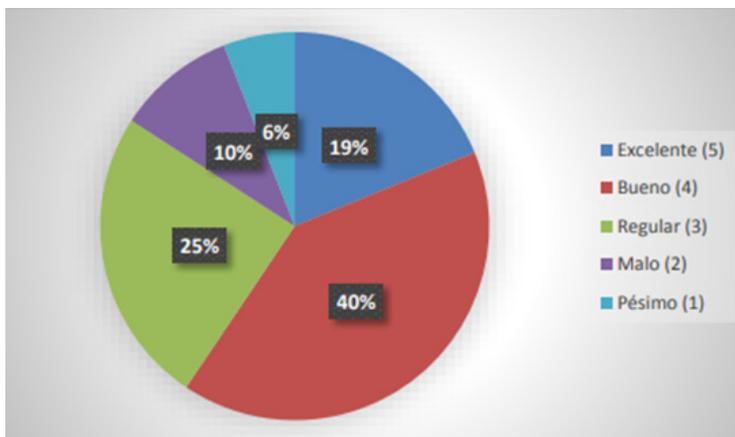


Gráfico 5.- Calificación de Servicio Turístico

Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: González Quimí Christian (2018).

Las 101 personas que contrataron servicios turísticos dentro de la comunidad calificaron de la siguiente forma: 19% registró como excelente el servicio, 40% calificó el servicio con calidad buena, el 25% evaluó al servicio como regular, mientras que el 10% asegura que el servicio brindado es malo, y finalmente el 6% expresa una pésima calidad de servicio, estos resultados demuestran que la comunidad, que se dedica a ofrecer estos servicios, debe prepararse de mejor manera para poder elevar estos indicadores, lo que ayudará al incremento en las contrataciones de estos servicios.

DISCUSIÓN

La información que se obtuvo demuestra que de acuerdo a los criterios de los entrevistados, mencionaron la iniciativa de fomentar el ecoturismo, es una estrategia que contribuye al desarrollo del turismo en la comuna Olón, puesto que existen las condiciones físicas dentro de esta localidad, de la misma manera es notoria la intención de participación por parte de los actores claves que buscan contribuir al desarrollo económico y turístico, así como también por medio de esta estrategia ser partícipe de la misma, siempre y cuando se establezcan los procesos correspondientes entre ellos el equilibrio entre la viabilidad económica y la responsabilidad socio-ambiental; de igual manera los entrevistados manifestaron que es de gran importancia el desarrollo del turismo comunitario local puesto que permitirá la apropiación de los habitantes con su localidad, siendo esta una de las tantas ganancias sociales que se generarían con el intercambio cultural recíproco entre local y visitante, revitalizando la cultura

de la comunidad. También consideran que al implementarse hospederías la gestión pública los beneficiaría con el intercambio cultural, mejorando la economía de la comuna, generando mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros dándole un mayor reconocimiento a la comuna. Es necesario entonces conocer los productos turísticos no tradicionales, es decir la necesidad de nuevos productos relacionados con naturaleza.

CONCLUSIONES

Se logró identificar que existen particularidades con alto valor excepcional para generar una oferta de ecoturismo como el Bosque protector, el mismo que posee atracción turística debido a su ubicación, el mismo que podría atraer a una mayor afluencia de turistas, especialmente de quienes tienen el interés de conservar estos recursos.

Se logró identificar mediante la revisión de literatura algunos atractivos turísticos y facilidades que determinan la comuna ofrece actividades de turismo rural, de aventura y naturaleza, y posee facilidades que pueden ser combinadas para la estructuración de una nueva oferta turística.

Se identificó que los recursos ecoturísticos que posee la comuna Olón dentro de su territorio son el Bosque protector que contiene una gran cantidad de flora y fauna representaba, varias cascadas como la de Alex y El Encanto, la gastronomía y algunas actividades que permitirían que se pueda generar una propuesta de ecoturismo.

Se podría elaborar una propuesta de ecoturismo basada en los atractivos y recursos que posee la comunidad de Olón, a efectos de una diversificación turística, la misma que va a permitir la integración de servidores turísticos, comunidad local y autoridades locales por el Desarrollo del turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baños, C. La oferta turística complementaria en los destinos turísticos alicantinos en: **implicaciones territoriales y opciones de diversificación**. La Rioja, España: 1998
- Boullón, R. (2006) **Planificación de Espacios turísticos**. México: Trilla S.A. Cabildo Comunal, O. 2018
- Cahuich. Ecoturismo como alternativa de uso sustentable de los recursos naturales en: **el corredor costero Isla Aguada-Sabancuy, Campeche**. Ciudad del Carmen, Campeche, México: 11 de Julio de 2011
- Coronado. El ecoturismo como opción para el desarrollo local sustentable en: **el pueblo mágico de Tlalpujahua, Michoacán**. Ciudad de México, México: diciembre de 2016

- Lamare. La diversificación de la oferta turística como alternativa para minimizar la estacionalidad en: **el caso de los eventos en balneario Camboriú (Santa Catarina, Brasil)**. Santa Catarina, Brasil: 2 de febrero de 2016
- Garcés. **Diversificación de la oferta en el Ecuador**. Diario El Mercurio: 2012
- García, A. **Clasificación de los recursos turísticos**.s.f.
- Grupo Edit., O. **Enciclopedia práctica profesional de turismo hoteles y restaurantes**. Barcelona, España: Grupo Editorial Océano: 2006
- Guerra, s. **Plan promocional turístico para la comuna San Pablo del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena**. La Libertad, Santa Elena, Ecuador: 2014
- Gunn, C., & Var, T. **Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases**. Routledge: 2002
- Melo, J. **El ecoturismo como impulsor del desarrollo sustentable**”. México D.F., México: 2013
- MINTUR. **PLANDETUR 2020**. Quito: 2007
- Monita. Propuesta de los elementos en: **el proceso de comunicación relativo al ecoturismo como estrategia de desarrollo regional para la zona semiárida de Tamaulipas**. Ciudad Victoria, Tamaulipas, México: octubre de 2010
- OMT, O. M: 2018
- Panchana. El turismo cultural en: **aporte al desarrollo turístico de la parroquia José Luis Tamayo**. La Libertad, Santa Elena, Ecuador: mayo de 2017
- Pearce, D. **Desarrollo turístico**. México: Trillas S.A: 1991
- SECTUR. México: 2001
- SECTUR. **Secretaría de Turismo - Argentina**. Buenos Aires, Argentina: 2013
- Sinclair, M., & Stabler, M. **The economics of tourims**. Routledge, Londres, Inglaterra: 1997
- Turismo, O. M. **Cumbre Mundial de Ecoturismo**. Quebec: 2002
- Vrom: 1994
- Yagual. El aprovechamiento de los atractivos turísticos en: **aporte al crecimiento del turismo sostenible en la comuna San Pablo, Provincia de Santa Elena**. La Libertad, Santa Elena, Ecuador: octubre de 2017

The submission has been saved!

Submission 7

Title	DESARROLLO ECOTURÍSTICO PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA COMUNA DE OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA
Paper:	(Aug 02, 02:24 GMT)
author keywords	Atractivos turísticos turismo sostenible actividades turísticas situación económica diversificación de la oferta turística
Abstract	Actualmente la comuna Olón presenta una alta demanda en el área turística, sin embargo esta se ve afectada por el inadecuado aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales ("turismo de masas"), logrando que la actividad con mayor enfoque sea la gastronomía que beneficia únicamente a los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas, por tal razón es importante darle mayor realce a la diversidad de atractivos turísticos naturales con los que la comuna cuenta a través de una adecuada promoción, esto generará una mayor fuente de ingresos que beneficiará a la comunidad en general, además de aportar al desarrollo y crecimiento de un turismo sostenible, y como consecuencia fomentará la demanda tanto de turistas locales y extranjeros como de residentes durante todo el año y no solo en "temporada", la metodología utilizada es descriptiva con base en una idea a defender, misma que es sustentada a través de la realización de fichas de los atractivos turísticos naturales más importantes de la comuna, de igual forma se realizaron encuestas a la comunidad, y turistas. Finalmente, se obtienen resultados que expresan la conformidad de los encuestados en que se deben aprovechar los diferentes recursos turísticos de forma consciente, respetando la naturaleza y contribuyendo a la conservación de la biodiversidad de la zona, lo que permite el mejoramiento de la situación socioeconómica de la población.
Submitted	Aug 02, 02:24 GMT
Last update	Aug 02, 02:24 GMT

Authors							
first name	last name	email	country	affiliation	web page	corresponding?	
Emma	Severo	emma.severoncarido@upse.edu.ec	Ecuador	Universidad Estatal de la Provincia de Santa Elena			
Dayanna	Calderón	dayanna.calderonrala@upse.edu.ec	Ecuador	Universidad Estatal de la Provincia de Santa Elena			✓

CAPÍTULO 10

¿EL MICROCRÉDITO EMPODERA A LAS MUJERES?

Gladys Vélez García¹

RESUMEN

No mundo há mulheres esquecidas, estigmatizadas por um sistema de remuneração o deprimente, trabalhos rigorosos, sob controle patriarcal ou conjugal e em contextos sombrios. Um tecido social institucionalizado por idiosincrasias naturalizadas no século XXI que, por meio de programas de microcrédito, visa ao empoderamento das mulheres. Portanto, o estudo se concentrou em explorar o papel do microcrédito no empoderamento das mulheres, o trabalho foi orientado teórica e conceitualmente a partir do modelo Sara Longwe, o que contribuiu para uma abordagem na integração do empoderamento das mulheres, a partir dos níveis de bemestar, acesso, conscientização, mobilização e controle.

A pesquisa é qualitativa, experimental transversal exploratória. Com forte disputa acadêmica, sem estar claramente definida. Considerouse o modelo teórico epistêmico que orientou o processo investigativo e a construção do conhecimento. Pesquisas acadêmicas influentes foram analisadas e alguns efeitos positivos e negativos do microcrédito no empoderamento das mulheres foram destacados. Nesse sentido, o empoderamento das mulheres é endógeno, ou seja, se origina dentro de um tecido social que considera uma série de determinantes sociais.

¹ orcid.org/0000-0002-0206-0037

palabras-clave: Economía; microcrédito; mulheres

RESUMEN

En el mundo hay mujeres olvidadas, estigmatizadas por un sistema salarial deprimente, trabajos rigurosos, bajo control patriarcal o conyugal y en contextos lúgubres. Un tejido social institucionalizado por idiosincrasias naturalizadas en el siglo XXI que, a través de programas de microcrédito, apunta al empoderamiento de la mujer. Por tanto, el estudio se centró en explorar el papel del microcrédito en el empoderamiento de la mujer, el trabajo se orientó teórica y conceptualmente desde el modelo de Sara Longwe, lo que contribuyó a un abordaje de la integración del empoderamiento de la mujer, desde los niveles de bienestar, acceso, conciencia, movilización y control.

La investigación es cualitativa, experimental de tipo transversal exploratoria. Existe una fuerte disputa académica, sin estar claramente definida. Se consideró el modelo teórico epistémico que orientó el proceso investigativo y la construcción del conocimiento a través de una revisión analítica que proporcionó una perspectiva teórica. Se revisaron investigaciones académicas influyentes y se destacaron algunos efectos positivos y negativos de los microcréditos en el empoderamiento de las mujeres. En este sentido, el empoderamiento de las mujeres es endógeno, es decir, se origina dentro de un tejido social que considera una serie de determinantes sociales.

Palabras clave: Economía; microcrédito; mujeres

Espacio reservado para la organización del congreso.

10.1 INTRODUCCIÓN

La valía de la investigación se sostiene a partir de la teoría general de los programas de microcréditos y la intervención fortalece y cambia el consumo de bienes y servicios de los hogares y del bienestar económico. Es así que, el estudio acoge un marco conceptual y explica el desarrollo de la investigación, sustentados en el modelo de Sara Longwe, (2002) quien lo denominó “El marco conceptual de igualdad y adquisición de poder de las mujeres” desde los niveles de bienestar, acceso, concientización, movilización y control.

El trabajo de exploración se justifica en que, las mujeres se dedican exclusivamente a tareas domésticas, sin acceso a estudios o recursos propios. En el siglo XXI las mujeres ocupan espacios que le han proporcionado participación, poder, liderazgo y control de acceso a los recursos, convirtiéndola en un agente de cambio.

Hay mujeres que, con grandes esfuerzos, ejercen actividades sobresalientes en distintos ámbitos coyunturales, sin embargo, alrededor del mundo, aún existen mujeres relegadas, estigmatizadas por el sistema con salarios deprimentes, trabajos duros, bajo el control patriarcal o conyugal y en condiciones deprimentes gracias a un tejido social institucionalizado por idiosincrasias naturalizadas (Afsar, 2004).

La necesidad de realizar el estudio se orienta en que, el principal objetivo de los programas de crédito y sistemas de ahorro es tratar de integrar a las mujeres y empoderarlas para generar beneficios económicos y sociales.

Por tanto, los programas de microcrédito para las mujeres han surgido y están siendo promovidos como una solución tanto para el limitado acceso de las mujeres al crédito y una estrategia para la pobreza reducción y empoderamiento de las mujeres. (Hashemi et al., 1996, pp. 635-653)

Con base en estos antecedentes, el objeto de la investigación se centra en ¿qué se sabe acerca de los roles del microcrédito en el empoderamiento de las mujeres, a partir del modelo conceptual de Longwe? El estudio se centra en orientar teórica y conceptualmente desde el modelo teórico que, aportan a una aproximación en la integración del empoderamiento de las mujeres desde los niveles de bienestar, acceso, concientización, movilización y control sostenido en estudios de casos influyentes en el campo de los microcréditos.

Para cumplir con el objetivo de la investigación cualitativa de tipo exploratoria, el trabajo de investigación presenta en la sección dos el marco teórico; seguida, la sección tres que contiene los materiales y métodos que proveen los aspectos metodológicos aplicados para la construcción teórica del conocimiento. La sección tres que contiene los resultados. Luego, la sección cuatro que presenta la discusión de la investigación y sus principales implicaciones y finalmente, la sección cinco que contiene las conclusiones que recapitulan el objetivo de la investigación.

10.2 MARCO TEÓRICO

Empoderamiento

El término empoderamiento se usa ampliamente en la literatura sobre desarrollo y ha sido objeto de controversia intelectual. No obstante, es necesario contar con una definición viable de empoderamiento e identificar atributos claves. Una influyente definición de (Mayoux, 1998) define el empoderamiento de la mujer como un proceso participativo “a través del cual las mujeres, que actualmente son las más discriminadas, logran la igualdad y la equidad de género”.

Mientras que (Kabeer, 1998) explica que el empoderamiento de las mujeres se refiere al proceso por el cual aquellos ha quienes se les ha negado la capacidad de tomar decisiones estratégicas de vida adquieren tal capacidad. Además, (Narayan, 2002) define el empoderamiento como “la expansión de los activos y las capacidades de las personas pobres para participar, negociar con influencia, controlar y responsabilizar a las instituciones que afectan sus vidas”.

Microcrédito

El microcrédito es un sistema de innovación financiera que ofrece pequeños préstamos y créditos para ayudar a los extremadamente pobres y permitirles participar en proyectos de autoempleo que les permitan generar ingresos y, en muchos casos, comenzar a crear riqueza y salir de la pobreza.

El microcrédito proporciona a las personas pobres acceso al crédito de una diversidad de instituciones micro financieras que necesitan para aprovechar las oportunidades de generación de ingresos, satisfacer las necesidades básicas del ciclo de vida y hacer frente a las emergencias.

Según, (Hulme, 2000) menciona que las instituciones financieras tradicionales no cubren la demanda insatisfecha de las personas de sectores sociales de escasos recursos por falta de garantías. Desde entonces, destaca que el microcrédito se ha convertido en un método popular exitoso y polémico de crecimiento económico en los países en vías de desarrollo. Generalmente, los pobres de sectores rurales y mujeres son excluidas por los bancos convencionales, convirtiéndose el microcrédito en capital disponible para las poblaciones vulnerables (Norwood, 2005).

10.3 MATERIALES Y MÉTODOS

Desde una comprensión de la teoría holística configuracional y a partir del enunciado de investigación formulado se considera el modelo epistémico teórico, con un enfoque cualitativo que orientan el proceso investigativo y la construcción del conocimiento. El diseño de la investigación es de tipo no experimental, transversal de tipo exploratorio.

Para cumplir con el objetivo del estudio, se construyó una perspectiva teórica desde la revisión analítica de la literatura que permitió una aproximación cognoscitiva. Se explicó el desarrollo de la investigación sustentados en el modelo de Longwe, denominado “El marco conceptual de igualdad y adquisición de poder de las mujeres” Además, los estudios seleccionados para la investigación, gozan de gran influencia científica en el mundo de los microcréditos. Según (Nguyen, 2022) se trata de los autores más influyentes y de las publicaciones más citadas, sobre los roles del microcrédito en el empoderamiento de las mujeres (pág. 1).

De hecho, el análisis de la revisión de las investigaciones científicas es fiable y configuran una aproximación teórica del estudio, situando el modelo teórico y su aporte en los roles del microcrédito en el empoderamiento de las mujeres.

10.4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como se señaló anteriormente, esta investigación adopta el modelo de Longwe como una orientación teórica y conceptual idónea que aportan en la integración del empoderamiento de las mujeres y enfocan el objetivo de la investigación.

Tabla 1 – Modelo teórico de Longwe

Niveles	Descripción
Bienestar	Se define como el nivel más bajo. Por bienestar entendemos una mejora en el estado socioeconómico, como el estado nutricional mejorado, refugio o ingresos. Si una mediación de empoderamiento se limita a este nivel de bienestar, entonces se refiere a que las mujeres reciben estos beneficios, en lugar de producir o adquirir tales beneficios para ellas mismas. Por lo tanto, es el nivel cero de empoderamiento, donde las mujeres son las receptoras pasivas de los beneficios que se “otorgan” desde lo alto.
Acceso	Se define aquí como el primer nivel de empoderamiento, ya que las mujeres mejoran su propio estatus, en relación con los hombres, por su propio trabajo y organización que surge del mayor acceso a los recursos. Por ejemplo, las mujeres agricultoras pueden mejorar su producción y bienestar en general al aumentar el acceso al agua, a la tierra, al mercado, a la capacitación o la información.
Concientización	Se define como el proceso por el cual las mujeres se dan cuenta que su falta de estatus y el bienestar en relación con los hombres no se deben a su propia falta de capacidad, organización o esfuerzo. Implica la comprensión que la relativa falta de acceso de las mujeres a los recursos, en realidad, surge de las prácticas y reglas discriminatorias que otorgan prioridad de acceso y control a los hombres. Se refiere a un impulso colectivo de acción para eliminar las prácticas discriminatorias que impiden el acceso de las mujeres a los recursos.
Movilización	Es el nivel de acción que complementa la concientización. Primero involucra a las mujeres para que se unan para el reconocimiento y análisis de problemas, la identificación de estrategias para superar las prácticas discriminatorias y acciones colectivas para eliminar estas prácticas. Se enfoca en la participación de las mujeres en el proceso de toma de decisiones.
Control	Es el nivel que se alcanza cuando las mujeres toman medidas para que haya género e igualdad en la toma de decisiones sobre el acceso a los recursos, para que las mujeres logren un control directo. Han tomado lo que es suyo, y ya no esperan indefinidamente recibir recursos simplemente a discreción de los hombres o por capricho de la autoridad patriarcal.

Nota. (Longwe, 2002).

Para situar el modelo teórico en el marco conceptual sobre los roles del microcrédito en el empoderamiento de las mujeres, es imprescindible integrar mediaciones específicas de empoderamiento, como el desarrollo grupal, una mayor participación en el programa y la provisión de servicios complementarios para disminuir la vulnerabilidad de las mujeres y mejorar sus habilidades.

El primer nivel se refiere a que la mujer logra bienestar cuando tiene el poder para alimentarse, mantenerse a sí misma y la familia. Como resultado, el segundo nivel de acceso significa que las mujeres tienen derecho a obtener, servicios, productos o materia prima, por ejemplo: posesión de recursos, generación de ingresos, créditos, acumulación de capital que otorga garantía para endeudarse y poder cubrir necesidades financieras. Son los primeros pasos de empoderamiento en el proceso porque logra bienestar en el hogar, según el modelo teórico.

Además, las instituciones microfinancieras examinan el bienestar complementando servicios de crédito con productos sociales con valor agregado como: capacitación, educación sobre ahorro, negocios, contabilidad básica, mercadeo o negocios.

El tercer nivel, concientización desde el rol del microcrédito se aplica a través de programas de sensibilización sobre educación financiera y cuestiones de género que logren cambiar la situación de subordinación alentándolas a actuar para participar más activamente de diferentes formas y que contribuye en la expansión de su conciencia en el ámbito económico, político, social y de solidaridad financiera.

El cuarto nivel, desde un enfoque micro financiero señala que las mujeres puedan articular sus necesidades, sugerencias y quejas a través de mecanismos participativos efectivos establecidos por las instituciones proveedoras de pequeños créditos. Las instituciones financieras pueden atender las necesidades económicas de un gran colectivo de mujeres a partir de los servicios financieros y la movilización de recursos económicos para mujeres emprendedoras y se complementa con el nivel de concientización porque las mujeres aprenden de sus propias experiencias que permiten crear estrategias para integrar su empoderamiento.

Finalmente, el nivel de control sitúa el empoderamiento en que las mujeres puedan controlar el dominio sobre la toma de decisiones financieras, matrimoniales, del hogar, comerciales inclusive a nivel de la comunidad. Este nivel permite que las mujeres obtengan autonomía económica que bajo la perspectiva microfinanciera le permite obtener créditos más grandes, menos dependencia financiera que reduce la fragilidad económica de los hogares, mejora la salud y disminuye el sometimiento de prestamistas.

El modelo de Longwe explica teóricamente los roles del microcrédito desde los distintos niveles de empoderamiento de las mujeres. A partir de la revisión documental exploratoria, se identificaron estudios influyentes que sitúan el objeto de esta investigación a partir del análisis de los resultados positivos y negativos luego de la intervención de los programas de microcréditos.

10.4.1 EFECTOS POSITIVOS DEL MICROCRÉDITO

La revisión documental permitió una aproximación epistemológica del objeto de la investigación. Algunas investigaciones de (Hashemi, Schuler, y Riley, 1996; Longwe S. H., 1998; Schuler, 2002; Ganle, Afriyie, y Segbefia, 2015; Ali, 2019; Husna, 2021) realizaron estudios de casos en los que aplicaron el modelo conceptual de Longwe y que, muestran que existe una correlación positiva entre microcrédito y empoderamiento de las mujeres (Rahman, M. et al., 2017).

Además, Robinson Trápaga, D.G. et al., 2019 mencionan que los casos exitosos de empoderamiento de las mujeres destacan la presencia de un dinámico acompañamiento especializado, empatía y la utilización de herramientas teóricas y prácticas para el empoderamiento que orientan la transformación y valor social. (págs. 91-108)

Otro estudio exploró el impacto de dos programas de microfinanzas en Bangladés sobre el empoderamiento de las mujeres. Emplearon metodologías tanto cuantitativas como cualitativas. El estudio identificó una serie de indicadores para medir el empoderamiento de las mujeres, incluida la movilidad de las mujeres, su capacidad para realizar compras pequeñas y grandes, su participación en la toma de decisiones del hogar, su relativa libertad frente a la dominación, su conciencia política y legal, su participación en protestas públicas y campañas políticas, y su contribución al sustento familiar. (Hashemi, S. M. et al., 1996)

Encontraron que el acceso de las mujeres al crédito afectó significativa y positivamente la contribución económica de las mujeres al hogar, la tenencia de activos, el poder adquisitivo y la conciencia política y legal. Este estudio evidenció que los programas de crédito crean oportunidades para que las mujeres obtenga un ingresos independiente y, en consecuencia, las empoderan.

La investigación exploró el impacto de las microfinanzas a través de dos programas de microcrédito en la pobreza y la vulnerabilidad socioeconómica de las mujeres y la capacidad de formar capital social a través de pequeños préstamos grupales en el distrito de Kandy, Sri Lanka. El estudio utilizó cinco criterios determinantes para examinar el impacto de las microfinanzas en la pobreza y la vulnerabilidad de las mujeres prestatarias. Los criterios fueron acceso, creación y control de los recursos privados; la libre toma de decisiones en el hogar; confianza en las actividades socioeconómicas; y estatus en la comunidad y la familia. (Herath, H.M.W.A. et al., 2016)

La investigación aplicó tres modelos de regresión logística a través de ecuaciones únicas. El primer modelo supuso que si la mujer era afectada positivamente en las cinco variables los servicios microfinancieros recibidos tuvieron un impacto positivo significativo en su capacidad para tomar decisiones en el hogar. El estudio evidenció que los programas de microcrédito crearon oportunidad para que las mujeres se empoderen mediante la reducción de la pobreza y la vulnerabilidad.

Además, el estudio señaló que, si las mujeres tienen suficientes instalaciones en el mercado para la venta de sus productos, la probabilidad de empoderamiento y la reducción de vulnerabilidad aumentan a un 15% con relación a aquellos que no tienen acceso de mercado.

El estudio concluyó que el nivel de ingresos del hogar antes de tomar el microcrédito, la edad del jefe del hogar y la disponibilidad del mercado para los productos fueron significantes positivamente en el empoderamiento de las mujeres y redujo la vulnerabilidad y los índices mostraron un desarrollo considerable luego de unirse a las instituciones financieras.

10.4.2 EFECTOS NEGATIVOS DEL MICROCRÉDITOS

Este apartado muestra algunos hallazgos negativos en la intervención de los programas de microcréditos para las mujeres, sin desistir en considerar totalmente las posibles contribuciones positivas de las microfinanzas al empoderamiento de las

mujeres. Algunos trabajos de investigación sobre evaluación de impacto, principalmente en Bangladés muestran conclusiones que aparentemente contradicen los hallazgos de la sección anterior.

Uno de los estudios más citados en la literatura es el realizado por (Goetz & Gupta, 1996) en Bangladés. El estudio utilizó el control gerencial sobre los préstamos como indicador de empoderamiento de las mujeres. El control gerencial de las mujeres sobre los préstamos dividido en cinco categorías, con base en los roles que desempeñan las mujeres en los procesos productivos relacionados con los préstamos. El grado de control varió desde el control total, una situación en la que las mujeres controlaban todo el proceso productivo, incluido el marketing, hasta la “no participación”, una situación en la que las mujeres no tienen ningún papel en ninguno de los procesos productivos.

El estudio encontró que poco más de un tercio (37%) de las mujeres prestatarias tenían “control total” o “significativo” sobre sus préstamos en comparación con la mayoría (64%) de las mujeres prestatarias, que se clasificaron en tres categorías de préstamos “parcial”, “limitado” o “ningún control” sobre sus préstamos. El estudio concluyó que existe un alto grado de control de los préstamos por parte de los hombres que puede reducir la oportunidad de las mujeres de obtener unos ingresos independiente dentro del hogar. También discutieron los posibles efectos negativos de las transferencia de préstamos de las mujeres a los hombres, especialmente si los hombres no pueden o no quieren pagar la cuota semanal de los préstamos que han utilizado. Según los investigadores, tal escenario puede obligar a las mujeres a sustituir fondos de otras fuentes para cumplir con sus obligaciones de pago de préstamos. Además, señalaron que la falta de pago de la cuota semanal por parte de los hombres también puede conducir a una intensificación de los conflictos y la violencia contra las mujeres dentro del hogar.

10.5 DISCUSIÓN

Para situar epistemológicamente el modelo teórico de Longwe, a partir de la revisión analítica en la que se seleccionó los estudios más citados de las microfinanzas, se precisa la fuerte disputa académica sobre los roles que cumplen los microcréditos en el empoderamiento de las mujeres.

Contrastando las evidencias positivas y negativas de las investigaciones, se infiere que los roles del microcrédito en algunos casos sirven como herramienta de empoderamiento para las mujeres y en otros casos no, generando incluso violencia en la sociedad conyugal. Los principales resultados destacan que, las mujeres tienen bienestar cuando logran poder, acceso a servicios financieros, productos o recursos, concientización desde programas de sensibilización financiera, mecanismos participativos y movilización de recursos financieros.

En este sentido, el empoderamiento de la mujer es endógeno, es decir, se origina en el interior de un tejido social que considera una serie de determinantes sociales, económicos, políticos, religiosos, entre otros. De este modo, esta discusión académica

propicia la continuidad de futuras investigaciones que contribuyan en la construcción del conocimiento sobre el fenómeno, objeto de este estudio.

CONCLUSIONES

Recapitulando el objetivo de este trabajo de investigación acerca del rol del microcrédito en el empoderamiento de la mujer es fundamental para mejorar el bienestar de las mujeres y su posición en la sociedad, es que quienes están encargados de formular políticas las escuchen. Los gobiernos y demás actores de la sociedad para el desarrollo, así como las mujeres, deben adoptar un enfoque integral y holístico para eliminar las limitaciones sociales y económicas que impone la sociedad.

Does microcredit empower women?

Abstract: In the world there are forgotten women, stigmatized by a depressing pay system, rigorous jobs, under patriarchal or spousal control and in depressing contexts. A social fabric institutionalized by idiosyncrasies naturalized in twenty-first century that, through microcredit programs, is aimed at empowering of women. Therefore, the study focused on exploring the role of microcredit in the empowerment of women. The research was theoretically and conceptually oriented from the Sara Longwe model, which contributed to an approach in the integration of women's empowerment, from the levels of well-being, access, awareness, mobilization, and control. The research is qualitative, experimental and exploratory cross-sectional. There is a strong academic dispute, without being defined. The epistemic theoretical model that guided the investigative process and the construction of knowledge was lost. The most outstanding academic research is reviewed and some positive and negative effects of microcredits on women's empowerment are highlighted. In this sense, the empowerment of women is a endogenous, that is, it originates within a social fabric that considers a series of social determinants.

Keywords: Economy; microcredit; women

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Afsar, R. (2004). Bangladeshi women's entry into overseas manufacturing: new signals and policy paradigms. *Feminist Review*, 175-179.
- Ali, M. A. (2019). Women Entrepreneurship and Empowerment. *Journal of Economics, Management and Trade*, 22(3), 1-13.
- Ganle, J. K., Afriyie, K., & Segbefia, A. Y. (2015). Microcredit: Empowerment and Disempowerment of Rural Women in Ghana. *World Development*, 66(C), 335-345.
- Goetz, A. M., & Gupta, R. S. (1996). Who takes the credit? Gender, power, and control over loan use in rural credit programs in Bangladesh. *World Development*, 24(1), 45-63.

- Hashemi, S. M. et al. (1996). Rural credit programs and women's empowerment in Bangladesh. *World Development*, 24(4), 635-653.
- Herath, H.M.W.A. et al. (2016). Impact of microfinance on women's empowerment: a case study on two microfinance institutions in Sri Lanka. *Economic Development*, 38(1), 51-61. doi:<https://10.4038/sljss.v38i1.7385>
- Hulme, D. (2000). Impact assessment methodologies for microfinance: Theory, experience and better practice. *World Development*, 28(1), 79-98. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(99\)00119-9](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(99)00119-9)
- Husna, I. M. (2021). Gender analysis in empowering women-headed family in Mojo-songo Village, Surakarta. *Gender Equality International Journal of Child and Gender Studies*, 7(2). doi:<http://dx.doi.org/10.22373/equality.v7i2.10237>
- Kabeer, N. (1998). Money Can't Buy Me Love? Re-evaluating Gender, Credit and Empowerment in Rural Bangladesh. *IDS Discussion Paper* 363.
- Longwe, S. H. (1998). Education for women's empowerment or schooling for women's subordination? *Gender & Development*, 19-26. doi:<https://doi.org/10.1080/741922726>
- Longwe, S. H. (2002). Addressing Rural Gender Issues: A Framework for Leadership and Mobilisation. *III World Congress for Rural Women*, (págs. 1-13). Madrid.
- Mayoux, L. (1998). *Round-Up Women 's empowerment and impact*. 8(2), 235-241. <http://www.jstor.org/stable/4029310>
- Narayan, D. (2002). *Empowerment and poverty reduction: a sourcebook*, World Bank. United Nations (C. Report of the Fourth World Conference on Women. Beijing, Ed.).
- Nguyen, M. S. (2022). Analyzing publication trend on microcredit research using bibliometrics. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 1-8.
- Norwood, C. (2005). *Macro Promises of Microcredit: A Case of a local eSusu in Rural Ghana*. *Macro Promises of Microcredit-A Case of a local eSusu in Rural Ghana*. <https://vc.bridgew.edu/jiws/vol7/iss1/1>
- Rahman, M. et al. (2017). The effects of microfinance on women's empowerment: new evidence from Bangladesh. *International Journal of Social Economics*, 44(12).
- Robinson Trápaga, D.G. et al. (2019). Empoderamiento de la mujer rural e indígena en México a través de grupos productivos y microempresas sociales. *Retos Revista de Ciencias de Administración y Economía*, 9(17), 91-108.
- Schuler, S. (2002). Measuring women 's empowerment as a variable in international development. *World Bank Workshop on Poverty and Gender: New perspectives*, (págs. 1-58).

CAPÍTULO 11

EVOLUCIÓN FINANCIERA DE LOS GRUPOS DE AHORRO Y CRÉDITO EN SANTA ELENA, ECUADOR

Gladys María Vélez García¹
Verónica María Vélez García²

RESUMEN

Este trabalho tem como foco estudar como os grupos de poupança e crédito, criados a partir do programa “Save to learn” implementado pela Fundação Investimento e Cooperação no norte e sul da província de Santa Elena, evoluem financeiramente desde 2014. até 2019. A pesquisa possui abordagem quantitativa, o desenho da pesquisa é não experimental, exploratório transaccional, que orientou o processo de pesquisa e permitiu a construção do fenômeno do estudo. O aplicativo de gestão Qmobile foi utilizado para baixar os dados financeiros no Excel (2019). A distribuição acumulada do número de grupos de poupança foi determinada e ajustada a uma função matemática de grau 2.

Até o ano de 2019, o programa criou 330 grupos de poupança e crédito, com um total de 7.490 membros ativos, o capital social era de US\$ 2 milhões de dólares e acumulou aproximadamente US\$ 47 mil em empréstimos. Além disso, a distribuição

¹ orcid.org/0000-0002-0206-0037

² orcid.org/0009-0005-9125-9644

acumulada do crescimento do grupo de poupança foi ajustada a uma função quadrática. Concluiu-se que a evolução financeira dos grupos de poupança na província representa uma solução auto-sustentável para o desafio da inclusão socioeconómica.

palavras-clave: Salvando; microcrédito; microfinanças

RESUMEN

Este trabajo se centra en estudiar como evolucionan financieramente los grupos de ahorro y crédito, creados a partir del programa “Ahorrar para aprender” implementado por la Fundación Inversión y Cooperación en la zona norte y sur de la provincia de Santa Elena, desde el año 2014 hasta el año 2019. Tiene un enfoque cuantitativo, el diseño de investigación es de tipo no experimental, transeccional exploratorio que orientó el proceso investigativo y permitió una construcción del fenómeno de estudio. Se utilizó la aplicación de gestión *Qmobile* para descargar los datos financieros en Excel(2019). Se determinó la distribución acumulada del número de los grupos de ahorro y se ajustó a una función matemática de grado 2.

Hasta el año 2019, el programa creó 330 grupos de ahorro y crédito, con un total de 7.490 socios activos, el capital social ascendió a \$2 millones de dólares y acumuló \$47 mil dólares en préstamos aproximadamente. Además, la distribución acumulada de crecimiento de los grupos de ahorro se ajustó a una función cuadrática. Se concluyó que la evolución financiera de los grupos de ahorro en la provincia, representan una solución autosostenible frente al reto de la inclusión socio-económica.

palabras-clave: Ahorro; microcrédito; microfinanza

Espacio reservado para la organización del congreso.

11.1 INTRODUCCIÓN

Generalmente, las personas que viven en situación de pobreza se obligan a implementar estrategias de subsistencia, siendo un desafío generar recursos para cubrir sus necesidades básicas insatisfechas. Cualquier gasto adicional puede implicar un desarreglo en su frágil economía. Bajo este contexto, el ahorro se convierte en una posibilidad a la que generalmente acceden los que tienen más ingresos, siendo una alternativa marginal para personas en situación de pobreza (Thomas & Sinha, 2018). La importancia de ahorrar en la economía es una lección de vida que brinda una serie de beneficios y proporciona independencia financiera.

De hecho, los grupos de ahorro y crédito son organizaciones creadas por personas o familias que conforman una estructura, a través de un pequeño capital inicial, que generan ingresos entre sus socios. Este mecanismo es una alternativa financiera para los habitantes de la provincia que frecuentemente son excluidos por las instituciones financieras convencionales, debido al sinnúmero de requisitos y garantías financieras que solicitan o por las altas tasas de intereses; por tanto, la creación de los grupos a través del programa, contribuye en respuesta a estas necesidades (Rahman, M.M., Khanam, R. and Nghiem, 2017).

El propósito de la investigación no experimental, transeccional y de carácter exploratorio es estudiar como evolucionan financieramente los grupos de ahorro y crédito creados a partir del programa “Ahorrar para aprender” impulsado por la Fundación española “Inversión y Cooperación”, en la provincia de Santa Elena (PSE), desde el año 2014 hasta el 2019.

Los objetivos concretos de la investigación se orientan en: (i) identificar el modelo financiero y los cuatro pilares en los que se fundamenta la metodología del programa de ahorro, (ii) geolocalizar los grupos objeto del estudio creados en la zona norte y sur de la provincia, (iii) describir la evolución financiera de los grupos, y (iv) determinar la distribución del número acumulado de los grupos, ajustada a una función matemática.

En efecto, para cumplir con el propósito de la investigación hay algunas interrogantes concretas relacionadas con las dimensiones del fenómeno que se plantean: ¿cuántos grupos de ahorro y crédito se han constituido a través del programa ahorrar para aprender hasta el año 2019?, ¿cuántos son los socios activos?, ¿a cuánto asciende el capital social?, ¿en qué medida se han acumulado los préstamos?, ¿cuáles son los montos promedios de acciones? y ¿a cuánto ascienden los montos por préstamos activos? que permiten esbozar el campo del problema que se aborda.

Además, el trabajo aporta al conocimiento y genera valor teórico porque precisa las dimensiones del fenómeno del estudio y proporciona datos financieros de los grupos a través de la observación de una serie de datos financieros separados por zonas geográficas y limitados cronológicamente en un periodo. Por ejemplo: el capital social; préstamos acumulados; los montos promedios de acciones; los montos por préstamos activos; número de grupos constituidos y número de socios activos.

Es importante precisar que es desconocido como han evolucionado financieramente los grupos de ahorro y crédito en la provincia, lo que convierte a esta investigación en un línea base para la comunidad científica. De este modo, a partir de los resultados básicos financieros, es posible construir una perspectiva acerca de las finanzas solidarias y de cómo la metodología financiera aplicada en los grupos innova las microfinanzas tradicionales.

Asimismo, los resultados cuantitativos de la investigación tienen implicaciones prácticas y se configuran en herramientas financieras que pueden emplearse en la realización de otros estudios que permiten obtener estacionalidad, tendencias, intervalos de predicción de crecimiento financiero entre otros patrones, impacto socioeconómico en la comunidad, que innova el funcionamiento tradicional de los grupos de ahorro y crédito comunales.

El trabajo se encuentra estructurado en seis apartados. El segundo apartado contiene la revisión analítica de la literatura y la construcción de marco teórico que sustentan el planteamiento de la investigación y proporciona una perspectiva teórica. Seguido, el tercer apartado contiene los materiales y métodos que incluye el tipo de estudio, procedencia de la muestra y técnicas utilizadas. El cuarto apartado analiza los resultados más relevantes de la evolución financiera, segmentados por zonas geo-

gráficas y analiza el crecimiento acumulado de los grupos ajustada a una función matemática. El quinto apartado, contiene la discusión, que presenta algunos postulados científicos que apoyan la interpretación de los resultados, contextualiza los hallazgos del estudio y sus implicaciones, y finalmente, el sexto apartado presenta las conclusiones del estudio que recapitulan el objetivo de la investigación.

11.2 PERSPECTIVA TEÓRICA

11.2.1 GRUPOS DE AHORRO Y EXCLUSIÓN FINANCIERA

A nivel mundial, sólo el 62% de las personas tienen una cuenta bancaria activa (Demirgüç-Kunt et al., 2018), es decir, no todos pueden acceder a los servicios financieros básicos. A su vez, datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2014) señalan que 1.200 millones de personas (el 22%) viven en la pobreza con menos de 1,25 dólares al día y si a esto le sumamos las grandes brechas entre ricos y pobres, las 85 personas más ricas del mundo tienen la misma riqueza que los 3.500 millones de personas más pobres.

De hecho, las perceptibles desigualdades económicas restan oportunidades a los sectores más vulnerables y fomentan la búsqueda de rentas para poder conquistar su bienestar y éxito económico. Generalmente, los pobres de los sectores rurales, son excluidos por los bancos convencionales, debido a la falta de garantías o avales físicos, convirtiéndose los ahorros en una modalidad de capital disponible para estas poblaciones (Norwood, 2005). La ONU en uno de sus objetivos indica que una de las mayores dificultades de las comunidades más pobres, es la dificultad para acceder a créditos y generar ahorro (Armendariz Zambrano et al., 2018). Esta problemática detectada impide el desarrollo productivo y económico de la sociedad.

La formación de grupos con un gran nivel de autogestión como mecanismo de intermediación financiera y de formación de capital social, no es una metodología nueva. En América Latina y el Caribe existen experiencias con más de tres décadas trabajando sobre este objetivo. En algunos países incluso han desarrollado leyes específicas para crear un entorno favorable para la promoción y consolidación de estas iniciativas.

A su vez, el trabajo se apoya en las cifras de encuestas de inclusión financiera publicadas por Global Findex del Banco Mundial en el 2017. Señala que, en Ecuador solo el 51% tienen acceso a servicios financieros. Sin embargo, el uso de los servicios microfinancieros no llega ni al 10% de la población. En consecuencia, solo el 32% acceden a un préstamo, pero únicamente el 17% lo hizo a través de una institución financiera formal (Demirgüç-Kunt et al., 2018).

La conformación de los grupos de ahorro y créditos contribuyen en mitigar la insuficiencia de recursos financieros propios, en disminuir la dependencia de la usura y la exclusión financiera. Estas problemáticas socioeconómicas afectan a la mayor parte

de la población sobre todo a los sectores rurales, pero sus efectos son mucho más graves en las familias con muy pocos recursos. En este contexto, se aborda una alternativa de solución en las familias, la conformación de los grupos, generan recursos financieros propios en forma de ahorro, a través de una metodología que parte de la autofinanciación y la autogestión en vez del crédito proveniente de un tercero.

Una vía en la cual puede ser mejorada es la inclusión financiera; la disponibilidad a créditos es un sustancial requisito para el desarrollo económico (León Benjamín et al., 2019). Esto conduce a una mayor inversión, a un aumento en el ingreso y a una mayor autonomía de los hogares, al liberarlos del ambiente de pobreza.

11.2.2 LOS GRUPOS DE AHORRO Y SU METODOLOGÍA

En la actualidad, existen numerosos programas de microcréditos que fundamentalmente buscan ayudar a aquellas personas que carecen de acceso a créditos y generan ahorro (Ganle, Afriyie, & Segbefia, 2015) e influye positivamente en la participación social, la toma de decisiones para los hogares y bienestar en las condiciones de vida (Li et al., 2011).

De hecho, el microcrédito se ha convertido en una modalidad de capital disponible para “negocios de economía social así como también para grupos específicos en riesgo de exclusión social y financiera” (Giagnocavo, Gerez, & Sforzi, 2012) y reduce las desigualdades económicas (Akotey & Adjasi, 2016). Sin embargo, en América Latina y el Caribe existen evidencias de intervención financiera a través de programas que buscan ayudar a aquellas personas que carecen de acceso a créditos y generan ahorro interno.

Por ejemplo, el programa de intervención financiera “Fundación Integral campesina” (Finca Costa Rica), se caracteriza por consolidarse como uno de los programas más revolucionarios y que innova las microfinanzas tradicionales, ya que su estrategia no solo se focalizó en la deuda (microcrédito) sino, en una estrategia de desarrollo rural por medio de un modelo de provisión de servicios de crédito e inversión centrado en la autosostenibilidad de los grupos (Martín Xavier, 2014).

Uno de los principales resultados de la metodología fue la formalización de los grupos con apoyo técnico. Los grupos mantuvieron su autonomía, quienes se centraron en invertir sus ahorros en la capitalización de nuevas empresas constituidas con el apoyo de Empresa de Crédito Comunal. En los grupos, sus miembros invirtieron con dos objetivos la de obtener una retribución por la inversión de sus ahorros vía dividendos de las acciones y el segundo de acceder a préstamos con base en el monto aportado. Los grupos se constituyeron con 10 socios y crecieron en el tiempo llegando a 70 socios y en algunos casos incluso más grandes. La metodología fue aprobada en Guatemala por la Fundación Guatemalteca para el Desarrollo, en Honduras por Fundación Banhcafe, en el Salvador por la Asociación Salvarodeña Pro-Salud Rural y en México por Pro-Natura Chiapas.

Otra experiencia es la promovida por Fundefir en Venezuela desde 1996, desarrolló una metodología diferente comparada con Finca Costa Rica. El modelo se centró en la autofinanciación de los grupos, esto significa que, el 100% de los créditos otorgados se financian con los aportes de los miembros y no dependen de instituciones financieras externas. Los socios son a la vez inversionistas y clientes, lo que facilita que la tasa de interés se equilibre de manera natural en función de la mayor o menor disponibilidad de fondos y demanda de crédito y los socios compran acciones que permite constituir el capital de crédito de la organización. La metodología financiera de este programa es similar a la del programa “Ahorrar para aprender” (Martín Xavier, 2014).

11.3 MATERIALES Y MÉTODOS

Desde una comprensión de la teoría holística configuracional y a partir del enunciado de investigación formulado se considera el modelo epistémico teórico. La investigación es cuantitativa. El diseño de investigación es de tipo no experimental, transeccional de tipo exploratorio que orientó el proceso investigativo y permitió una construcción del fenómeno de estudio.

Se utilizó toda la población para el análisis (censo), no fue necesario aplicar un muestreo, tiene una perspectiva fenomenológica, en el que el objetivo fue estudiar como evolucionan financieramente los valores de un grupo social. Se utilizó la limitación cronológica que se estableció a partir del año 2014 hasta el 2019. Se reunió los datos financieros de los grupos de ahorro y crédito para su análisis, que orientaron el proceso investigativo y la construcción del conocimiento de la realidad estudiada, con un énfasis en la comprensión de los datos del contexto.

Se utilizó la aplicación de gestión y monitoreo Qmobile. Se descargó la base de datos en formato .xls, con fecha corte 31 de diciembre 2019. Se describió el modelo implementado por el programa. Se analizó la información financiera de los 330 grupos de ahorro y crédito y se aplicó la función polinomial para analizar el crecimiento acumulado de los grupos.

11.3.1 MODELO DEL PROGRAMA “AHORRAR PARA APRENDER”

El programa contribuye a través de educación financiera y uso de la tecnología para mejorar de forma autosostenible la calidad de vida de las familias en la provincia, ante la exclusión o riesgo de exclusión financiera. El modelo de inclusión se caracteriza por ser autogestionado y autofinanciado. Los créditos provienen de la misma comunidad originados por el ahorro. El programa propone un solución fundamentada en cuatro pilares: formación financiera, autofinanciación a través del ahorro, autogestión y tecnología.

Tabla 1 – Metodología financiera del programa

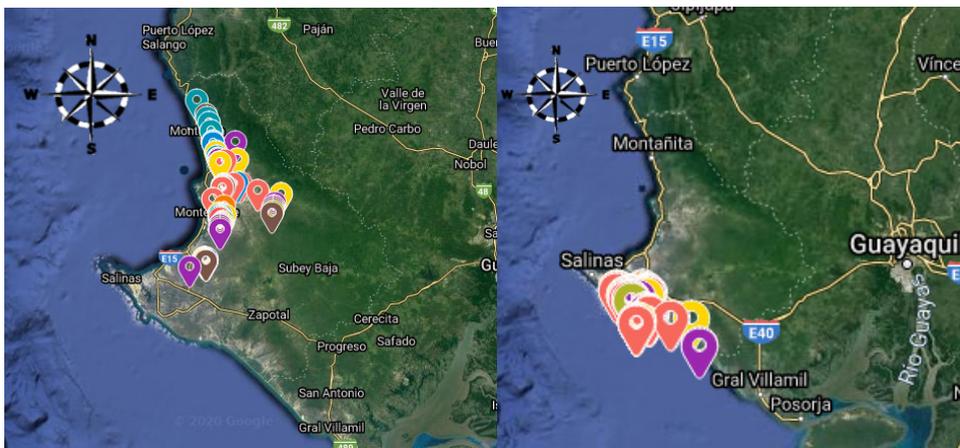
(1)	Autogestión	(2)	Autofinanciación	(3)	Educación	(4)	Tecnología
	-Se capacita a sus integrantes y luego de manera autónoma gestionan su propio grupo. -Sin generar fuerte dependencia. -Genera autosostenibilidad.		-El ahorro de los socios (familias) permite autofinanciar el grupo. -Sin utilizar créditos externos. -Reduce el riesgo de endeudamiento. -Sin gastos bancarios. -Rompe el esquema de las microfinanzas tradicionales.		- Se basa en: <ul style="list-style-type: none"> Ahorro colectivo; Aprendizaje iterativo. Una vez al mes en cada asamblea; Aprendizaje práctico: aprender haciendo. 		-Combina la capacitación práctica con el uso de una aplicación móvil de monitoreo financiero del grupo y almacenamiento en la nube.

Nota. Esta tabla muestra los cuatro pilares en los que se fundamenta el modelo financiero del programa.

11.4 RESULTADOS

Esta sección se presentan los resultados acerca de como evolucionaron financieramente los 330 grupos de ahorro y crédito, creados en la PSE por el proyecto “Ahorrar para aprender”.

Figura 1 - Geolocalización de los grupos de ahorro y crédito PSE



Fuente: Qmobile (2019).

En la Figura 1 se observa la geolocalización de los grupos en la PSE por zona norte y sur respectivamente.

11.4.1 CARACTERÍSTICAS DE EVOLUCIÓN FINANCIERA

En este apartado se presentan las cifras financieras que fueron descargadas desde la aplicación de monitoreo Qmobile y están separadas por zona norte y zona sur. Hasta el año 2019, el programa creó 330 grupos de ahorro y crédito, con un total de 7.490 socios activos, el capital social ascendió a \$2 millones de dólares y acumuló \$47 mil dólares en préstamos aproximadamente.

La Tabla 2 muestra la evolución financiera de los grupos de ahorro y crédito ubicados en el sector norte de la PSE, desde el 2014 hasta diciembre 2019. El programa “Ahorrar para aprender” se inició con 10 grupos, y se multiplicaron en 17.4 veces hasta el 2019. Además, los socios activos crecieron aproximadamente 21 veces en 6 años, el capital social inició con \$10.280 dólares, y al 2019 ascendió a 1.5 millones de dólares aproximadamente, lo que significó un crecimiento de 147,763%.

La compra promedio de acciones por mes, se inició en \$8,27 dólares, con una variación positiva de \$12,88 dólares. Los préstamos crecieron 127 veces su tamaño aproximadamente, y a diciembre 2019 se observó que los grupos constituidos acumularon un capital prestado de USD 10.8 millones y USD 2 millones en préstamos activos. Cifras que evidencian un notable y vertiginoso crecimiento financiero.

Tabla 2 – Evolución financiera de los grupos de ahorro y crédito, zona norte, PSE

Año	Número grupos	Socios activos	Capital social	Acciones promedio	Préstamos Acum.	Capital prestado	Préstamos activos
2014	10	199	\$ 10,280	\$ 8.27	\$253	\$ 21,900	\$ 0
2015	21	469	\$ 39,245	\$ 11.13	\$1.915	\$ 260,606	\$ 0
2016	61	1449	\$ 132,555	\$ 15.98	\$5.583	\$ 921,079	\$ 0
2017	97	2335	\$ 421,560	\$ 19.98	\$13.700	\$ 2,679,880	\$ 875
2018	134	3217	\$ 875,395	\$ 17.68	\$22.012	\$ 5,914,935	\$ 71,165
2019	174	4340	\$1,529,295	\$ 21.15	\$32.286	\$10,813,002	\$2,027,921

La Tabla 3 muestra la evolución financiera de los grupos ubicados en el sector sur de la provincia. Los primeros grupos se crearon a partir del año 2015. La zona sur, inició con 2 grupos de ahorro y crédito y se multiplicaron en 78 veces hasta el 2019.

Además, los socios activos crecieron aproximadamente 53 veces en 5 años, el capital social inició en \$2.440 dólares y se multiplicó 269 veces aproximadamente hasta el 2019. La compra promedio de acciones mensuales, se inició en \$12,54 dólares y cerró con una media mensual de \$12.18 dólares. Los préstamos crecieron 170 veces su tamaño inicial y a finales de diciembre 2019 se observan 156 grupos, con un capital prestado de \$3 millones de dólares y \$ 851 mil dólares en préstamos activos.

Tabla 3 - Evolución financiera de los grupos de ahorro y crédito, zona sur PSE

Año	Número grupos	Socios activos	Capital social	Acciones promedio	Préstamos Acum.	Capital prestado	Préstamos activos
2015	2	59	\$ 2,440	\$ 12.54	\$ 91	\$ 7,051	\$ 0.00
2016	9	173	\$ 8,640	\$ 12.25	\$ 589	\$ 64,230	\$ 0.00
2017	46	920	\$ 81,460	\$ 18.48	\$ 3.139	\$ 357,814	\$ 0.00
2018	95	1.796	\$ 280,465	\$ 14.95	\$ 8.096	\$ 1,521,432	\$ 11,970
2019	156	3.150	\$ 657,020	\$ 12.18	\$ 15.558	\$ 3,918,476	\$851,366

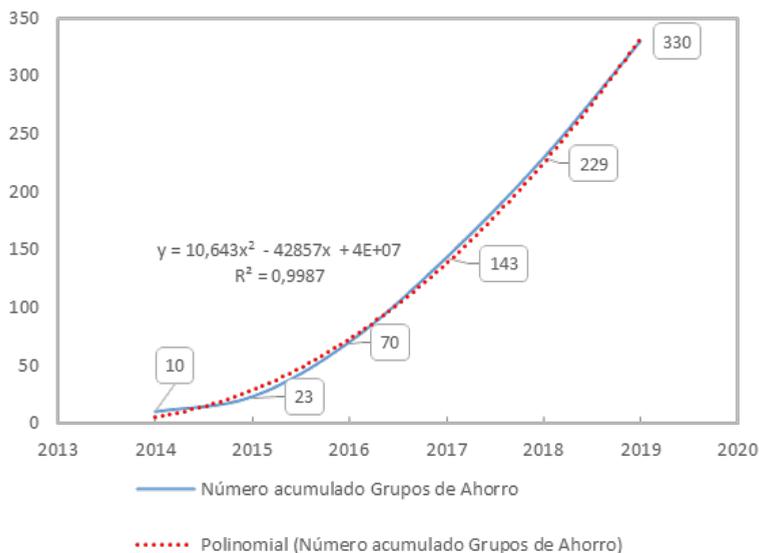
El programa de la Fundación inició con 10 grupos de ahorro y crédito en la zona norte en el año 2014, y luego en el 2015 se extendió hasta la zona sur de la PSE constituyendo dos grupos. Al 2019 sumó un total de 7.490 socios activos con mayor representatividad en la zona norte (57.94%), como respuesta a las necesidades financieras de inclusión y sostenibilidad.

Hasta el año 2019, se crearon 174 (53%) grupos en el sector norte, específicamente en el área rural y 156 (47%) grupos en el sector sur, ubicados en el área urbana. Los grupos obtuvieron un capital social total de \$2 millones de dólares aproximadamente y \$47 mil dólares aproximadamente en préstamos acumulados. Las cifras evidencian que mediante la educación financiera, el programa creó ahorro y autosostenibilidad financiera.

11.4.2 EVOLUCIÓN DE LOS GRUPOS DE AHORRO Y CRÉDITO

La evolución de los grupos de ahorro y crédito se presenta a partir del año 2014, se inició con 10 grupos de ahorro y crédito. Durante los años 2015 y 2016 suman un total acumulado de 93 grupos y su crecimiento se aceleró a partir del año 2017. La Figura 2 muestra la relación entre la frecuencia acumulada del número de grupos de ahorro desde el 2014. La función polinómica con un coeficiente de determinación () que se ajusta al crecimiento acumulado anual de los grupos de ahorro y crédito durante el período de estudio. La ecuación cuadrática se ajustó a la tendencia. Lo que revela el crecimiento exponencial de los grupos en la PSE.

Figura 2 - Distribución del número acumulado de grupos de ahorro y crédito (2014-2019)



Nota. El gráfico representa la distribución del número acumulado de los grupos de ahorro y crédito creados desde el año 2014 hasta el 2019 y se ajusta a una función cuadrática.

11.5 DISCUSIÓN

Los hallazgos más significativos son la vertiginosa evolución financiera y el crecimiento exponencial de los grupos de ahorro. La metodología financiera del programa, genera cultura de ahorro en los socios, lo que permitió la auto sostenibilidad financiera y el crecimiento de los grupos. De hecho, los resultados de evolución apoyan el postulado de inclusión financiera que, se ajusta con los resultados del estudio de (Rahman, M.M., Khanam, R. and Nghiem, 2017).

El axioma, se contrasta con el estudio que exploró el impacto de las microfinanzas a través de dos programas de microcrédito en la pobreza y vulnerabilidad socioeconómica de las mujeres y la capacidad de formar capital social a través de pequeños préstamos grupales en el distrito de Kandy, Sri Lanka (H.M.W.A. Herath, 2016). La necesidad permanente de las familias que requieren un capital inicial para iniciar sus negocios, comprar materia prima, pagar deudas, satisfacer necesidades básicas, entre otras, fortalecen el crecimiento de los grupos. (Santandreu et al., 2020)

El crecimiento financiero y el éxito del programa durante el período de estudio se debe fundamentalmente a la metodología aplicada. La Fundación proporcionó asesoría financiera a los grupos desde su concepción con una frecuencia mensual, existió un acompañamiento en el proceso de creación, de organización y de estructuración administrativa, en la aplicación de políticas y reglamentos internos que fortaleció su

ahorro y en consecuencia la autosostenibilidad financiera. Los socios tienen absoluta autonomía de decisión sobre los montos que se conceden en calidad de préstamos, tasa de interés, políticas sobre compra de acciones y ahorro, soluciones de pago por mora, entre otras. En definitiva, la evolución financiera de los grupos, representan una contribución frente al reto de la inclusión socio-económica.

11.6 CONCLUSIONES

El crecimiento financiero de los grupos de ahorro y crédito es neurálgico en el desarrollo social, económico y financiero de la PSE. La capacidad de las familias para generar su propio ahorro y fomentar el acceso financiero a través de pequeños préstamos, es en efecto, producto de la construcción de una cultura de ahorro, impulsada por el programa a través del modelo que innova las microfinanzas tradicionales y que contribuye en la mejora de las condiciones de vida.

Las cifras de evolución financiera analizadas se deben al alto grado de participación de sus socios, denotan que la autogestión de los grupos es fundamental para su funcionamiento y la importancia del ahorro interno para la financiación de los préstamos. Además, esta investigación permitió identificar algunas cuestiones sin resolver y posibles campos de investigación por ejemplo: ¿A dónde se dirigen los grupos de ahorro de la PSE?, ¿cuáles son sus retos y aspiraciones? y ¿qué hacer con los excedentes de efectivo? Finalmente, este programa de ahorro ha sido replicado en Colombia y Perú lo que permite abordar futuros trabajos.

Financial evolution of savings and credit groups in Santa Elena, Ecuador

Abstract: This work focuses on studying the financial evolution of savings and credit groups, created from the “Save to learn” program implemented by the Investment and Cooperation Foundation in the north and in the province of Santa Elena, since 2014, until 2019. It has a quantitative approach, the research design is of a non-experimental, exploratory cross-sectional type that guided the research process and allowed a construction of the study phenomenon. A directing museum of typical cases was used to guide the investigative process and the construction of knowledge of the reality studied. Use the Qmobile management app to download financial data in Excel (2019). The cumulative distribution of the number of terrifying groups is determined and fitted to a mathematical function of degree 2.

Last year 2019, the program created 330 savings and credit groups, with a total of 7,490 active members, the social capital increased to \$2 million dollars and accumulated approximately \$47 thousand dollars in advances. Also, the cumulative distribution of savings group growth is adjusted to a quadratic function. It is concluded that the financial evolution of the horrific groups in the province represents a self-sustaining solution with the return of socioeconomic inclusion.

Keywords: Saving; microcredit; microfinance

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Akotey, J. O., & Adjasi, C. K. D. (2016). Does Microcredit Increase Household Welfare in the Absence of Microinsurance? *World Development*, 77(2012), 380–394. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.09.005>
- Demirgüç-Kunt, Klapper, Singer, Ansar, & Hess. (2018). *The Global Findex Database 2017. Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*.
- Ganle, J. K., Afriyie, K., & Segbefia, A. Y. (2015). Microcredit: Empowerment and disempowerment of rural women in Ghana. *World Development*, 66, 335–345. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.08.027>
- Giagnocavo, C., Gerez, S., & Sforzi, J. (2012). Cooperative Bank Strategies for Social-Economic Problem Solving: Supporting Social Enterprise and Local Development. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 83(3), 281–315. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8292.2012.00464.x>
- H.M.W.A. Herath, ; L. H. P. Gunaratne; N. Sandaratne; (2016). Impact of microfinance on women's empowerment: a case study on two microfinance institutions in Sri Lanka. *Sri Lanka Journal of Social Sciences*, 38(1), 51–61. <https://doi.org/10.4038/sljss.v38i1.7385>
- León Benjamín, Vélez Gladys, Castro Divar, & de Izarra Justa. (2019). Sostenibilidad financiera de los grupos de ahorro y crédito en la provincia de Santa Elena, Ecuador. *Revista Universidad, Ciencia y Tecnología*, 23(95), 75–79.
- Li, X., Gan, C., & Hu, B. (2011). The welfare impact of microcredit on rural households in China. *Journal of Socio-Economics*, 40(4), 404–411. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2011.04.012>
- Martín Xavier. (2014). *Grupos de ahorro en América Latina y el Caribe*. (Pérez Avril). Banco Interamericano de Desarrollo.
- Norwood, C. (2005). *Macro Promises of Microcredit: A Case of a local eSusu in Rural Ghana*. <https://vc.bridgew.edu/jiws/vol7/iss1/1>
- PNUD. (2014). *Informe sobre Desarrollo Humano 2014*.
- Rahman, M.M., Khanam, R. and Nghiem, S. (2017). The effects of microfinance on women's empowerment: new evidence from Bangladesh. *International Journal of Social Economics*, 44(12), 1745–1757. <https://doi.org/10.1108/IJSE-02-2016-0070>
- Santandreu, E. M., López Pascual, J., & Cruz Rambaud, S. (2020). Determinants of Repayment among Male and Female Microcredit Clients in the USA. An Approach Based on Managers' Perceptions. *Sustainability*, 12(5), 1701. <https://doi.org/10.3390/su12051701>

Thomas, R., & Sinha, J. W. (2018). *A Critical Look at Microfinance and NGOs in Regard to Poverty Reduction for Women ServeHereCT View project*. <https://www.researchgate.net/publication/329543100>

CAPÍTULO 12

ANÁLISIS DE LOS FACTORES ECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN QUE INFLUYEN EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL ECUADOR ANALYSIS OF THE ECONOMIC FACTORS OF PRODUCTION THAT INFLUENCE THE ENTERPRISES OF ECUADOR

Nelly Gioconda Panchi Castro¹
Margarita del Rocío Palma Samaniego

RESUMEN

Esta investigación forma parte de las Ciencias Económicas que permite estudiar los Factores económicos de la producción que influyen en el emprendimiento del Ecuador, con un enfoque de Análisis Microeconómico y su eje temático de Análisis de Mercado, ya que la investigación pretende indagar sobre las principales características sociodemográficas, culturales y niveles de ingresos de las personas (incluidos convi-

1 orcid.org/0000-0002-9015-2352

vientes e hijos) que se dedican a alguna actividad informal, el tipo de labores que realizan y sus motivaciones. Se *recopila información relevante acerca del desarrollo productivo que ha causado el emprendimiento en la economía del Ecuador, para lo cual se realizará un análisis de los recursos naturales, el entorno y el mercado que influyen en los factores económicos de la producción que influyen en los emprendimiento físicos o tecnológico como los start-ups o aceleradores de emprendimientos; ya que estos nuevos negocios se han convertido en una opción rentable para las personas que no cuentan con un contrato de relación dependencia, transformando su necesidad en una oportunidad de tener una fuente de ingresos.*

La finalidad de la investigación es analizar el proceso para el desarrollo del emprendimiento ecuatoriano y su incidencia en el desarrollo productivo. Según Hernández et al (2014) señalaron que las técnicas de investigación cuantitativa experimental pueden ser de dos tipos, que son de campo y documentales. En esta investigación se utilizará las técnicas documentales tales como: consulta de libros, artículos científicos, tesis, ensayos de revistas y periódicos, y documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, información financiera, entre otros, que permite analizar los resultados de la tasa de actividad emprendedora TEA en inglés (Total early-stage Entrepreneurial activity), el cual señalan que el Ecuador es el país que cuenta con una alta tasa de emprendimientos, los cuales contribuyen a la disminución de la tasa de desempleo y/o empleo inadecuado, ya que los emprendedores jóvenes a través de su creatividad e innovación tecnológicos hacen posible la creación de proyectos fácilmente escalables en el mercado. Porque dan a conocer sus productos, bienes o servicios utilizando las redes sociales que existen en nuestro entorno los cuales son facebook, whatsapp, Instagram, etc.

Considerando que los emprendedores guayaquileños desarrollan actividades que llevan de manera informal porque el proceso legal genera gastos que al inicio no pueden obtener ya que son trámites legales lentos y costosos, que a medida que van evolucionando en el entorno es una debilidad para el emprendedor que no se esperan, es por eso, los emprenden sus actividades informal para sustentar sus gastos familiares que forma parte de los factores de la economía de la producción ya que a pesar de no tener empleo estable, participa en el crecimiento económico de la ciudad. Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador a partir del Reporte de Indicadores Laborales de junio de 2013 (INEC, 2013) el porcentaje de personas “empleadas” en la ciudad de Guayaquil asciende al 45.97% de la población económicamente activa, mientras que el de las “desempleadas” se sitúa en el 6.06%. El 47.97% restante de esa masa laboral recibe el nombre de “subempleados”, y constituye el grueso de la población económicamente activa, por cuanto supera con dos puntos porcentuales al grupo “con empleo”.

Palabras claves: Emprendimiento; Desempleo; Desarrollo productivo, Economía, Producción

ABSTRACT

This research is part of the Economic Sciences that allows studying the economic factors of production that influence entrepreneurship in Ecuador, with a Microeconomic Analysis approach and its thematic axis of Market Analysis, since the research aims to investigate the main characteristics sociodemographic, cultural and income levels of people (including partners and children) who are engaged in some informal activity, the type of work they do and their motivations. Relevant information is collected about the productive development that entrepreneurship has caused in the economy of Ecuador, for which an analysis of natural resources, the environment and the market that influence the economic factors of production that influence entrepreneurship will be carried out. physical or technological such as start-ups or business accelerators; since these new businesses have become a profitable option for people who do not have a dependency relationship contract, transforming their need into an opportunity to have a source of income.

The purpose of the research is to analyze the process for the development of Ecuadorian entrepreneurship and its impact on productive development. According to Hernández et al (2014) they pointed out that experimental quantitative research techniques can be of two types, which are field and documentary. In this investigation, documentary techniques will be used such as: consultation of books, scientific articles, theses, magazine and newspaper essays, and documents found in the archives, such as letters, official letters, circulars, files, financial information, among others, that allows to analyze the results of the rate of entrepreneurial activity TEA in English (Total early-stage Entrepreneurial activity), which indicates that Ecuador is the country that has a high rate of entrepreneurship, which contributes to the decrease in the rate of unemployment and/or inadequate employment, since young entrepreneurs, through their creativity and technological innovation, make it possible to create projects that are easily scalable in the market. Because they make their products, goods or services known using the social networks that exist in our environment, which are Facebook, WhatsApp, Instagram, etc.

Considering that Guayaquil entrepreneurs carry out activities that they carry out informally because the legal process generates expenses that they cannot obtain at the beginning since they are slow and expensive legal procedures, which as they evolve in the environment is a weakness for the entrepreneur who does not They are expected, that is why they undertake their informal activities to support their family expenses, which is part of the factors of the production economy since, despite not having stable employment, they participate in the economic growth of the city. According to data provided by the National Institute of Statistics and Censuses of Ecuador from the Labor Indicators Report of June 2013 (INEC, 2013), the percentage of people “employed” in the city of Guayaquil amounts to 45.97% of the economically active population. , while that of the “unemployed” stands at 6.06%. The remaining 47.97% of this workforce is called “underemployed”, and constitutes the bulk of the economically active population, since it exceeds the “employed” group by two percentage points.

Keywords: Entrepreneurship; Unemployment; Productive development, Economy, Production

RESUMO

Esta pesquisa faz parte das Ciências Econômicas que permite estudar os fatores econômicos de produção que influenciam o empreendedorismo no Equador, com uma abordagem de Análise Microeconômica e seu eixo temático de Análise de Mercado, pois a pesquisa visa investigar as principais características sociodemográficas, culturais e níveis de renda de pessoas (incluindo parceiros e filhos) que estão engajadas em alguma atividade informal, o tipo de trabalho que realizam e suas motivações. São coletadas informações relevantes sobre o desenvolvimento produtivo que o empreendedorismo causou na economia do Equador, para o qual será realizada uma análise dos recursos naturais, do meio ambiente e do mercado que influenciam os fatores econômicos de produção que influenciam o empreendedorismo. como start-ups ou aceleradores de negócios; já que esses novos negócios tornaram-se uma opção lucrativa para pessoas que não possuem um contrato de relacionamento de dependência, transformando sua necessidade em uma oportunidade de ter uma fonte de renda.

O objetivo da pesquisa é analisar o processo de desenvolvimento do empreendedorismo equatoriano e seu impacto no desenvolvimento produtivo. De acordo com Hernández et al (2014) eles apontaram que as técnicas de pesquisa quantitativa experimental podem ser de dois tipos, que são de campo e documentais. Nesta investigação serão utilizadas técnicas documentais como: consulta de livros, artigos científicos, teses, ensaios de revistas e jornais, e documentos encontrados nos arquivos, como cartas, ofícios, circulares, arquivos, informações financeiras, entre outros, que permite analisar os resultados da taxa de atividade empreendedora TEA em inglês (Total early stage Entrepreneurial activity), que indica que o Equador é o país que possui uma alta taxa de empreendedorismo, o que contribui para a diminuição da taxa de desemprego e /ou emprego inadequado, pois os jovens empreendedores, por meio de sua criatividade e inovação tecnológica, possibilitam a criação de projetos facilmente escaláveis no mercado. Porque eles dão a conhecer seus produtos, bens ou serviços usando as redes sociais que existem em nosso ambiente, que são Facebook, WhatsApp, Instagram, etc.

Considerando que os empresários de Guayaquil realizam atividades que realizam informalmente porque o processo legal gera despesas que não podem obter no início, pois são procedimentos legais lentos e caros, que à medida que evoluem no ambiente é uma fraqueza para o empresário que não Eles são esperados, por isso realizam suas atividades informais para sustentar as despesas familiares, o que faz parte dos fatores da economia de produção, pois, apesar de não terem emprego estável, participam do crescimento econômico da cidade. Segundo dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística e Censos do Equador do Relatório de Indicadores Laborais de junho de 2013 (INEC, 2013), o percentual de pessoas “empregadas” na cidade de Guayaquil chega a 45,97% da população economicamente ativa, enquanto a dos “desempregados” é de 6,06%. Os 47,97% restantes dessa força de trabalho são chamados de “subempregados” e constituem o grosso da população economicamente ativa, pois superaram em dois pontos percentuais o grupo “empregado”.

palavras-clave: Empreendedorismo; desemprego; desenvolvimento produtivo, Economia, Produção

Espacio reservado para la organización del congreso.

12.1 INTRODUCCIÓN

Analizando el mercado internacional se observa que en España y Estados Unidos han creado empresas Aceleradoras o semilleros para capacitar a los desempleados que quiere emprender en estos mercados económico y que en el estudio del “Impacto social y económico de las aceleraciones de emprendimiento: Análisis de factores condicionantes e implicaciones para la innovación social” (Saiz, Chordá, & Perales, 2018) afirman que estas empresas aceleradoras y/o las start-ups generan una experiencia de crucial supervivencia, desarrollo y expansión de su emprendimientos. Las Aceleradoras están generando una enorme expectación en España con Valencia a la cabeza, pero son un fenómeno muy reciente por lo que las evidencias empíricas son un día de hoy son poco concluyentes o inexistentes; que partir de una muestra de 116 aceleradoras han generado evidencias valiosas que generan expectativas realistas acerca de estos instrumentos. Los resultados, de carácter exploratorio, el tema que las Aceleradoras localizadas en Estados Unidos estimulan la creación de un mayor número de empresas nuevas en otros países, así como de puestos de trabajo.

En América Latina la actividad emprendedora se ha convertido en una de sus principales políticas, teniendo las microempresas y las pequeñas empresas una representatividad del 80% del total de la economía (Zamora & Villamar, 2011). En la investigación documental del estudio de Paredes-Hernández et al. (2019) de factores que influyen en el emprendimiento femenino de México ya que la mujer por naturaleza es emprendedora, ya que posee capacidades que influyen en su emprendimiento como la experiencia laboral, gusto por las actividades de menor riesgo para evitar el fracaso o buscan emprendimientos a partir de las diferentes necesidades socioeconómicas como apoyar el ingreso familiar con la finalidad de mejorar su nivel de vida ya que México es un país cuenta con gran diversidad socioeconómica y cultural de distintos ámbitos geográficos, que permiten determinar que los factores personales, sociales e institucionales dan apertura a emprender un negocio después de los 30 años por representar alternativa de ingresos y apoyar económicamente la supervivencia familiar, otra situación es que las mujeres adultas disponen de más tiempo cuando los hijos se vuelven independientes y otra situación es porque las mujeres se encuentran en edades maduras y centradas emocionalmente y tienen objetivos claros, son más responsables en tomar decisiones son casadas y tiene hijos. En este estudio señala que el 34% son microempresas, seguido por las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMES) con 18.18% sumando 52,18%, estos resultados reflejan la importancia económica que las MiPyMES. Sin embargo, por ser mujeres emprendedoras existe desigualdad de oportunidades, barreras de tipo económico, social y cultural que deben sortear las mujeres para emprender los negocios.

Según Oyarvide et al. (2021) en el “análisis del impacto económico y social por la pandemia del COVID 19 y su influencia en los emprendimientos ecuatorianos” señalaron que el pasado 11 de marzo 2020 la Organización mundial de la Salud decla-

raron la pandemia del SARS-CoV-2 o Covid-19 en todo el mundo, interrumpiendo todas las actividades económicas, productivas y social creando una situación de impactos negativos en sus ingresos, rentabilidad y liquidez, incrementando el desempleo formal. En el Ecuador ha causado una grieta muy alta en la economía para cual surgieron las alternativas de emprendimientos de entregas a domicilio de todo tipo que ha sido necesario que el gobierno debe plantear políticas estratégicas para legalizar estos emprendimientos que han ayudado a sostener la economía.

La tasa de actividad emprendedora Temprana (TEA) Ecuador presenta un 36.2% superior al 2017 que fue de 29.62% TEA de 36.2%, superior a la de 2017 que fue de 29.62%. Esto significa que, en Ecuador, alrededor de 3.6 millones de habitantes estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un negocio. Lasio et al. (2020). El Gobierno ha planteado políticas públicas y estrategias acertadas dedicadas a la protección de los negocios, que han ayudado a sostener la economía para superar la crisis de la pandemia covid-19

Según un estudio del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mide el nivel de actividad emprendedora, determinan que los niveles de actividad emprendedora e identifica áreas de oportunidad que permitan la creación de políticas públicas que mejora la actividad emprendedora registra que el Ecuador Lasio et al. (2020), el 82,7 % de ecuatorianos emprende por falta de empleo, 52,7 % por marcar una diferencia; 36,5 % por acumular riqueza y el 35,7 % por continuar una tradición familiar. Se evidencia que la actividad que realizan los nuevos negocios permite que el engranaje de la economía continúe girando y sostenido la estabilidad del país.

Según Acosta Ericka & Intriago Karen (2021) en los “Factores sociales de riesgo por Covid-19 en trabajadores informales del Sector la Bahía, Guayaquil” señalaron que el subempleo o informalidad se muestra como una verdad acuciante en las naciones en desarrollo, y el Ecuador no es una excepción, menos aún la ciudad de Guayaquil. Este estudio descriptivo pretendió indagar sobre la informalidad que existe en la ciudad, enfocando su realidad y sus características, y especialmente su aporte al crecimiento económico potencializando en el desarrollo de la urbe, al verificar las variables que influyen en la no formalización de sus actividades. Los resultados obtenidos sustentaron que la informalidad puede verse como un mecanismo de emprendimiento o un fenómeno relacionado.

12.2 ENFOQUE METODOLÓGICO

En las ciencias económicas según el área del conocimiento es el tipo de método que se utiliza y no es un solo un método, sino que son conjuntos de métodos o técnicas que se conjugan para llegar al producto deseado. (Lenín, 2014) El estudio que se va a realizar permitirá construir teorías, definiciones, métodos que servirán como soporte científico para los efectos de validar los resultados que se esperan.

La investigación tiene enfoque Empírico-Analítico en el cual permite sustentar las Ciencias Económicas como ciencias explicativas, se sustenta en la observación y la experimentación, y las teorías que generan dan razón de conexiones hipotético- de-

ductivas de enunciados que permiten la deducción de hipótesis legales empíricamente llenas de contenido. Este enfoque se sustenta en el positivismo, ya que se basa en la observación y la experimentación. Se enmarca en el paradigma epistemológico cualitativo, ya que se busca conocer el conjunto de cualidades interrelacionadas que caracterizan a un fenómeno y comprender la realidad social mediante la significación y las relaciones en su estructura dinámica. Con Diseños correlacionales – causales pueden limitarse a establecer relaciones entre variables sin precisar sentido de causalidad o pretender analizar relaciones causales. Cuando se limitan a relaciones no causales, se fundamentan en planteamientos e hipótesis correlacionales; del mismo modo, cuando buscan evaluar vinculaciones causales, se basan en planteamiento e hipótesis causales Hernández et al (2014)

Con base a lo anterior, Hernández et al (2006), afirma que dichas estrategias pueden ser de carácter exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa de acuerdo a lo revelado en las acciones a seguir planteadas en cada uno de los objetivos de investigación se enmarca el tipo de investigación como explicativa, teniendo como objetivo central analizar la variable objeto de estudio para la comprensión, análisis, interpretación y explicación del problema, con base al conjunto de datos conseguidos. En este particular, se obtiene información acerca de la realidad investigada para tener un acercamiento más certero y natural. En las Ciencias Económicas, La explicación puede utilizar factores causales o bien pueden basarse en una teoría. La explicación supone la tarea previa de describir el fenómeno a explicar.

Dentro del proceso de la investigación se observa una información cuantitativa en la que se enmarcados tipos de investigación experimental y no experimental. A su vez la primera puede dividirse de acuerdo con las clásicas categorías de Campbell y Stanley (1966) en: Preexperimental, experimentos “puros” y cuasiexperimentos. La investigación no experimental la subdividimos en diseños transversales y diseños longitudinales. En cada clasificación se comentarán los diseños específicos. Hernández et al. (2014). La investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en contexto natural, para analizarlos (The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences, 2009). En estas investigaciones se centran en analizar cuál es el nivel o modalidad de una o diversas variables en un momento dado. Evaluar la situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo. Determinar o ubicar cuál es la relación entre un conjunto de variables en un momento. Para lo cual la investigación no experimental se puede clasificar en investigación no experimental transeccional o longitudinal.

Diseños correlacionales – causales pueden limitarse a establecer relaciones entre variables sin precisar sentido de causalidad o pretender analizar relaciones causales. Cuando se limitan a relaciones no causales, se fundamentan en planteamientos e hipótesis correlacionales; del mismo modo, cuando buscan evaluar vinculaciones causales, se basan en planteamiento e hipótesis causales. Hernández et al.

Por su parte, Hernández et al (2014) dice que el método de observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías. Según (Reza, 1997) la

estrategia de investigación correspondiente al paradigma explicativo - cuantitativo es de carácter formalizado y comprende el planteamiento de un problema de investigación. Consecuentemente desde el punto de vista metodológico, el diseño en que se concreta el proceso de investigación se concreta en el planteamiento de los objetivos correspondientes al problema planteado, desde una perspectiva teórica y empleando también de cabecera y de fondo, la observación sistemática.

Por otra parte, (Reza, 1997) indicó habla de la observación participante como una técnica de recolección de información donde el observador participa de la vida del grupo o de la localidad o de la organización que estudia. Conversando con sus medios y estableciendo un estrecho contacto con ellos, de manera, que su presencia no perturbe o interfiera con el curso natural de los acontecimientos. Combinada con la entrevista en profundidad y la historia de vida, la observación participante confronta y complementa los hechos observados con el discurso oral y establece relaciones de correspondencia o no correspondencia entre lo que los actores sociales hacen o dicen.

12.3 DESARROLLO

Una vez que se ha procedido a analizar las investigaciones me permite documentar y agregar valor a la investigación que se está realizando para cumplir el objetivo general que es **determinar los factores económicos de la producción que influyen en el emprendimiento en el Ecuador**, a pesar de la existencia de la pandemia covid-19 los emprendimientos continúan sostenido la economía en los países de todo el mundo.

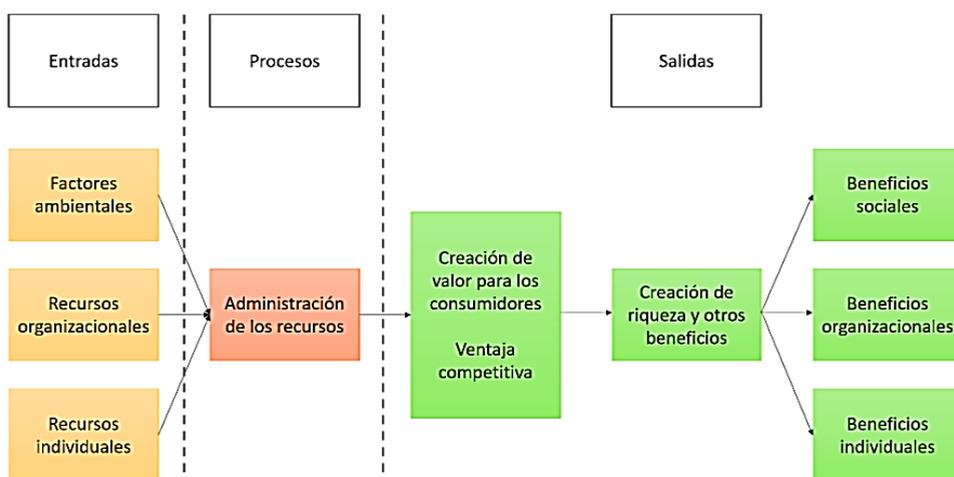
El Emprendimiento en el Ecuador es el resultado de la dificultad de conseguir un empleo de relación de dependencia, pero las cuentas no paran de llegar, entonces el desempleado se motiva para encontrar una solución a su situación creando un autoempleo creando su propia empresa como solución a su necesidad. Álvarez-Sousa (2019, pág. 3) afirma que “La denominación de emprendedores por necesidad hace referencia a las personas que no desean ser emprendedores, pero la situación en que se encuentran les obliga a convertirse en emprendedores en contra de su voluntad”. Cañarte-Quimis et al. (2020, pág. 77) señala que “El emprendimiento por necesidad es aquel que surge porque el emprendedor o una persona que está en busca de algo mejor, el emprendimiento nace porque la persona tiene una necesidad, más no porque detecto una necesidad en el mercado”. Entonces la capacidad, esfuerzo, innovación y por supuesto la necesidad es el motor que permite a la persona crear su empresa y autoemplearse es por ello que toda actividad que desarrolle debe legalizarse ante las autoridades pertinentes.

El emprendimiento permite crear independencia laboral, obtener estabilidad económica, generar los propios recursos económicas, permitiendo tener sueldos mensualizados. Cañarte-Quimis et al. (2020, pág. 78) afirma que sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis. Según Sornoza Parrales, et al. (2018, pág. 15) señala que cualquier ser humano que tenga la motivación para ser un emprendedor es “cuando ejecuta nuevas combinaciones y en-

contrarlas en los factores de producción es un proceso de descubrimiento que se convertirá en el motor que mueve el desarrollo económico son nuevas formas de cubrir demandas creando nuevos productos”

En la figura 1, se observa el proceso que el emprendedor apasionado debe esquematizar para crear un emprendimiento estratégico, en el cual se observa que los recursos ambientales, recursos organizaciones, recursos individuales forman parte del nivel de entrada porque permiten al emprendedor enfocarse en administrar o gestionar los recursos y las acciones que se deben aprovechar, proteger y de manera simultánea se potencializa la creación de valor – ventaja competitiva. Finalmente, el nivel de salida se consecuente se crea valor productos, bienes o servicios siendo beneficioso para la sociedad.

Figura 1 - *Relación entrada-proceso-salida del emprendimiento estratégico.*



Fuente: Sornoza et al. (2018).

Existen tres puntos importantes (Barham, 2022) que permiten fortalecer el desarrollo productivo que son las siguientes:

- Desarrollo del emprendimiento: básicamente, el desarrollo del emprendimiento es el proceso de mejorar el conjunto de habilidades y el conocimiento de los emprendedores es mejorar la capacidad para desarrollar, administrar y organizar una empresa teniendo en cuenta los riesgos asociados.
- Impacto en el desarrollo comunitario: promueve abundantes instalaciones comerciales, un mayor nivel de propiedad de viviendas, menos barrios marginales, mejores estándares de saneamiento y un mayor gasto en educación, recreación y actividades religiosas.
- Emprendimiento de alto impacto: a nivel empresarial el emprendimiento se ha convertido en todo un desafío.

El emprendimiento al inicio de la pandemia covid-19 se vió amenazado con las restricciones de salir de los hogares, de acuerdo con el artículo de 138 de la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de la Función Legislativa se publica en el Registro Oficial No. 151 la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (LOEI) (2020) en el cual podemos observar las bases legales de LOEI como sus disposiciones fundamentales, políticas públicas e Interinstitucional del Emprendimiento, Fomento al Emprendedor y Creación y Creación de Nuevos Negocios, Fomento a la Cultura y Educación Emprendedora, Propiedad Intelectual e Innovación para el Emprendedor, Fuentes Alternativas de Financiamiento, Acceso a Mercados Nacionales e Internacionales, Calidad, y finalmente, Condiciones Laborales.

Los actores sociales son el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), BanEcuador, Superintendencias de Control del Poder del Mercado y Economía Popular Solidaria, Instituto Nacional de Estadístico y Censos (INEC), Corporación Financiera Nacional (CFN), Instituciones Financieras (Bancos, Cooperativas, etc). Con la información que faciliten las instituciones antes mencionadas proporcionan información acerca de las variables del estudio de los factores económicos de la Producción que influyen en el emprendimiento del Ecuador.

Esta ley permite a los emprendedores elaborar estrategias para la institucionalizar su emprendimiento en la Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros (SCVS) bajo la constitución de sociedades por acciones simplificadas (SAS), la cual es un tipo de compañía que “se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo. Tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos” (SCVS, 2022).

Las políticas públicas en Ecuador en artículo 275 de la Constitución de la República respecto al fin de la planificación propiciaría la equidad social y territorial; y el artículo 277 para la consecución de del buen vivir, serán deberes generales del Estado (...) 2. Dirigir, planificar y regular el proceso del desarrollo en el cual se fundamenta en los principios del Buen Vivir expuestos en el Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021 (2017). Se trata de un instrumento de política creado teniendo en cuenta las necesidades de desarrollo del país y a partir de un minucioso análisis realizado con los actores locales, en el cual se establecen medidas a largo plazo, desde una perspectiva endógena. “Es por esto, que la Constitución deja a un lado la obsoleta planificación basada en objetivos nacionales permanentes, creados sin tener presente las verdaderas necesidades del desarrollo, en este caso del micro empresarial, pasando de un Plan de Desarrollo al Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV)” Cañarte-Quimis et al. (2020)

Es frecuente considerar que el crecimiento económico como la expansión del Producto Nacional Bruto (PNB) o el Producto Interno Bruto (PIB) potencial de una zona determinada: con ello, se está indicando que la estructura productiva tiene posibilidades de aumentar lo que se ha producido en esa zona y se refiere a la cantidad máxima que se puede lograr con una determinada disponibilidad de factores productivos y de generación o adquisición de productos.

Según Fernández et al. (2006) señalaron que el crecimiento económico, que se puede expresar como el aumento de la capacidad de producción, aumento del PIB por habitante, relacionado con el nivel de vida, aumento de la productividad de los factores de la producción. Según datos semestres del año 2013 que fueron proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador en el Reporte de Indicadores Laborales (2013), el porcentaje de personas “empleadas” en la ciudad de Guayaquil asciende al 45.97% de la población económicamente activa, mientras que el de las “desempleadas” se sitúa en el 6.06%. El 47.97% restante de esa masa laboral recibe el nombre de “subempleados”, y constituye el grueso de la población económicamente activa, por cuanto supera con dos puntos porcentuales al grupo “con empleo”. El incremento de tasa de desempleo en el Ecuador que se ubicó en el 4.1% en junio 2018 y el 4.4% en junio 2019; el subempleo en el 19.4% en junio 2018 y el 20.3% junio 2019; la tasa de otro empleo no pleno es de 27.2% y el empleo no remunerado en 11.0%. (INEC, 2019)

La falta de recursos económicos en el entorno se presenta la necesidad de emprender en los diferentes sectores de las regiones del país. Pero existen debilidades y amenazas administrativas, financieras, comerciales y los recursos humanos inexperto en el emprendimiento. Según Lasso et al (2017) en el reporte Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (GEM) recogió información de 2,060 personas en edad adulta y 37 expertos nacionales, lo que permitió identificar y analizar las características de la actividad emprendedora en el país. Los resultados muestran que, alrededor de 3 millones de adultos empezaron el proceso de puesta en marcha de un negocio (emprendimiento naciente) o poseían uno con menos de 42 meses de antigüedad (emprendimiento nuevo), lo que representa el 29.6% de la población entre 18 y 64 años, siendo ésta la TEA (Tasa de emprendimiento temprana) más alta de la región por sexto año consecutivo, seguido por Perú y Chile, pese a que ha decrecido gradualmente hasta 6 puntos porcentuales desde el 2013.

Continuando con el reporte Lasso et al (2017) señalaron que persisten las dificultades para que un emprendimiento supere la barrera de los 3 meses de operación; los problemas de financiamiento y falta de rentabilidad fueron las principales razones de discontinuación. El emprendedor ecuatoriano tiene en promedio 36 años, con un negocio orientado al consumidor, 11 años de escolaridad y el 48.8% proviene de hogares con un ingreso mensual entre \$375 y \$750. Además, el 33.4% tiene un empleo adicional a su negocio y el 50.2% es auto empleado. Para los expertos en el tema, el elevado porcentaje de emprendimientos nuevos en Ecuador, no quiere decir que haya un impacto de estos en el crecimiento del país.

De acuerdo con el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) presenta información acerca de las actitudes, actividades y características del emprendimiento y sus diferentes fases, la TEA más alta de la región está liderada por Ecuador, le sigue Colombia con el 27,30%, Perú con el 25,1% y Chile con el 24,1%. Ecuador y Chile muestran reducción en la actividad emprendedora en relación al 2015, mientras que ésta ha aumentado con respecto al año pasado para Colombia y Perú. (GEM, 2019). Se observa en la tabla No.1 que el Ecuador tiene la tasa de emprendimiento por necesidad

más alta comparado con Colombia, Perú y Chile entre los emprendimientos de varones y mujeres se aprecia que el aspecto social y el productivo fomenta oportunidades de innovar los puestos de trabajo e incrementar el flujo económico. Según datos de la Superintendencia de Compañías, el 7 de junio se registraron 281 nuevos negocios en el país. De ese grupo, 89 establecimientos se ubicaron en ese segmento. La mayoría se concentró en las provincias más pobladas como Pichincha, Guayas y Manabí. También ocurrió en Azuay, El Oro y Santo Domingo. Dentro de los negocios nacientes orientados a consumidores señala Cañarte Quimis et al. (2020), se encuentran “bares y restaurantes y consultorios de servicios médicos. En los negocios nuevos se encuentran las tiendas de víveres y negocios de retail; y, en los negocios establecidos, además de incluir este tipo de negocios, están salones de belleza y distribuidoras de alimentos y bebidas”.

Tabla No.1 – Resumen del Global Entrepreneurship Monitor 2019

Tabla 1

	% de TEA		% de TEA oportunidad		% de TEA necesidad	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Ecuador	52.05%	47.95%	54.57%	45.43%	47.56%	52.44%
Colombia	53.27%	46.73%	55.59%	44.41%	38.41%	61.59%
Perú	52.29%	47.71%	51.83%	48.17%	50.78%	49.22%
Chile	59.07%	40.93%	62.07%	37.93%	48.71%	51.29%
Región	53.85%	46.15%	56.51%	43.49%	45.83%	54.17%
Economías de eficiencia	58.65%	41.35%	60.39%	39.61%	54.33%	45.67%

Fuente: Espae-Espol, *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020*, Espe-Espol, Guayaquil: 2019. es el índice que evalúa de emprendimiento de las naciones a nivel mundial.

El ecosistema del emprendimiento hace referencia al conjunto de actores como son las entidades gubernamentales, organizaciones públicas y privadas, entidades financieras, instituciones educativas, que interactúan de manera formal o informal para conectar, mediar y gobernar el desempeño en un ambiente local de emprendimiento, facilitando la creación y el desarrollo sostenible de nuevas empresas. (Mason & Brown, 2014). La expansión del empleo informal en las últimas décadas ha venido acompañada por una falta de protección social y un empleo de baja productividad y bajos salarios (Freije, 2002) Es por eso, que los desempleados buscan alternativas que generen ingresos a corto y largo plazo, ofreciendo productos o servicios innovadores, buscando la sociedad con personas que se encuentran en las mismas condiciones de desempleo para que se conviertan en socio activos, productivos, socialmente responsable e integradas para que dinamicen sus economías a nivel local y regional.

Uno de los factores con mayor relevancia en toda empresa es el recurso económico, que se considera como determinante del éxito o fracaso de emprendimiento en el país, por eso se debe desarrollar habilidades de gestión que le permita transmitir a las enti-

dades financieras que tenemos un emprendimiento que tiene oportunidad potencial de inversión, generar empleos. Según (Sepulva & Reina, 2016) en el estudio “Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes” señalaron que el emprendimiento ha venido cobrando importancia a nivel mundial como un factor clave para el crecimiento económico y la competitividad. Sin embargo, los emprendimientos desaparecen en el corto plazo, generando una debilidad estructural en el desarrollo empresarial. En este sentido, se adopta la postura de (Iisenberg, 2010), quién plantea que un ecosistema de emprendimiento está compuesto por las siguientes dimensiones: Políticas, Finanzas, Cultura, Servicios, Capital Humano y Mercados

En la dimensión política, los gobiernos nacionales, regionales y locales, son conscientes de la realidad de un estado y de las tasas que determinan el empleo, sub empleo, el desempleo, por eso deben coadyuvar en un sistema regulador donde se incentive la mentalidad y las actividades emprendedoras, mediante beneficios fiscales y acceso a instituciones de financiamiento (Auleta & Rivera, 2011)

El acceso a la financiación para la innovación, es un aspecto fundamental en la consolidación de un ecosistema de emprendimiento. El Banco Central del Ecuador ha participado como proveedor de financiamiento de muchas pymes con lo cual ha ayudado a estas empresas a consolidarse en el mercado en especial en construcción con un 21,6%, alojamiento un 13,4% y otros servicios como correo y comunicación entre otros en un 12,5%. (Delgado & Chávez, 2018). Señala que el volumen de crédito otorgado al segmento Productivo PYMES durante el mes de enero de 2011 fue de USD 14,2 millones con una Tasa Activa Efectiva (TEA) promedio ponderado de 10.03%. El número de operaciones registradas en el mes de enero de 2014 fue de 477 con un crédito promedio de USD 29,866.5. (Vélez, 2012)

El sector de producción de las Pymes en los últimos años ha crecido paulatinamente por medio de la Tasa Activa Efectiva la misma que hasta el mes de enero del 2013 obtuvo un promedio de ponderación del 10.03% de acuerdo con el volumen de ventas que se realizaron entre el año 2011 al 2013, esto genero un crédito pedido a empresas bancarias por un valor de aproximadamente USD 30,000.00. (Delgado & Chávez, 2018)

Según el (BCE, 2013) indicó que el volumen de crédito otorgado al segmento Productivo PYMES durante el mes de diciembre de 2013 fue de USD 16,7 millones con una Tasa Activa Efectiva (TEA) promedio ponderado de 10.13%. El número de operaciones registradas en el mes de diciembre de 2013 fue de 615 con un crédito promedio de USD 27,140.20. (Dueñas, 2012) manifestó que en los últimos años desde el 2008 al 2013 según el Banco Central del Ecuador se registró un alza en la economía del país por alrededor de un 8% en la producción de todo tipo de actividades, en especial de la construcción y servicios de comida, correo y comunicaciones

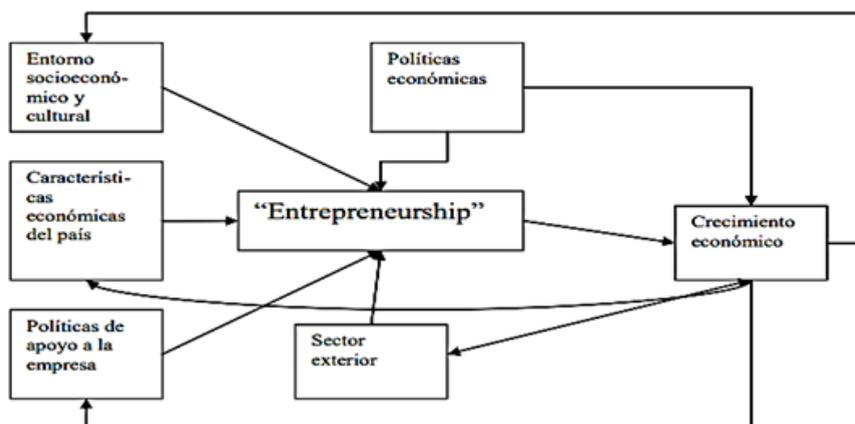
En la dimensión Cultural, por la necesidad de generar ingresos de manera lícita se ha generado la cultura emprendedora que es un factor clave para el desarrollo de un ecosistema de emprendimiento. El ecosistema debe ser adecuado a las necesidades de un área geográfica, región o sector de la industria, el tipo de emprendedores o empresas a ser incentivadas, así como sus capacidades y habilidades (Soto-Rodriguez, 2014)

Servicios Los servicios incluyen la infraestructura de telecomunicaciones, transporte y energía, así como la existencia de parques tecnológicos, distritos industriales o zonas francas. También implican la disponibilidad de servicios profesionales de apoyo las nuevas iniciativas en los campos legal, laboral, tecnológico y la existencia de Entidades dedicadas a la promoción del emprendimiento (Auletta y Rivera, 2011:14)

La dimensión del Capital Humano es la capacitación a los entes que hacen parte del ecosistema de emprendimiento, la educación en mentalidad, cultura y competencias específicas para emprender, son aspectos fundamentales debido a que se convierten en elementos claves que generan diferenciación y conducen a logros (Auleta & Rivera, 2011). La dimensión de los Mercados: Se refiere a la existencia de redes de emprendedores, tanto en el país como externas, dispuestas a contribuir a la consolidación del ecosistema. (Auleta & Rivera, 2011)

La operacionalización de la presente investigación está enfocada en el objetivo de analizar los factores económicos de la producción que influyen en el emprendimiento del Ecuador, que se determinan en las variables sociodemográficas, culturales y niveles de ingresos que se reflejan en los factores económicos que inciden en el desempeño del emprendimiento, como el ingreso que es el recurso monetario que una persona, entidad o un país recibe por una actividad realizada, como se visualiza en la figura No. Red Conceptual de la investigación de los Factores económicos de la producción que influyen en el emprendimiento del Ecuador según datos recolectados por Martínez (2019). La tecnología que es un instrumento que es empleado en las diferentes ramas de la economía de un estado. La ganancia comercial es el beneficio que se reciben los dueños del capital. La expansión es el ciclo económico capitalista que se caracteriza por el incremento de la producción, empleo, incremento de las ventas etc. La recesión es una fase del ciclo económico que se caracteriza por un retroceso relativo de la actividad económica. La inversión de capital es colocar capitales a largo plazo en las empresas del sector agrícola, industrial y de servicio, que al pasar el tiempo genera ganancias. La innovación es la introducción de nuevas técnicas y procedimiento para aumentar la producción. El desempleo que es el ecuatoriano que no tiene trabajo por despido o por falta de oportunidad o por incapacidad. El mercado que es lugar que se efectúa el intercambio de producto y servicio en el sentido económico. La tasa de interés que cobran las instituciones financieras por un préstamo. La condición macroeconómica que ocupa los indicadores globales de economía. Los recursos que son los elementos que contribuyen a la producción y los cuales se agrupan en la tierra, el trabajo, capital y organización.

Figura 2 - Red Conceptual de la investigación de los Factores económicos de la producción



Fuente: Estudio de caso de los emprendimientos no exitoso luego de obtener operaciones de microcréditos de Instituciones Financieras, 2019, Universidad Católica De Santiago de Guayaquil, Guayaquil, 2019

12.4 CONCLUSIÓN

Estudios recientes que han sido realizados por la Escuela Superior Politécnica del Litoral muestran que Ecuador tiene muchos emprendedores. Consta entre los países con mayor tendencia a iniciar nuevos negocios. Las fortalezas detectadas de los emprendedores están la juventud y la capacidad de detectar oportunidades de mercados. Otras fortalezas del emprender un negocio es el respaldo gubernamental a través de las leyes que regulan las actividades, la educación en línea que existe y el mercado on line que se ha formado producto de la pandemia covid-19. Sin embargo, las debilidades son la falta de capacitación y el capital, puesto que las entidades financieras solicitan exhaustivos requisitos para entregar apoyo financiero al emprendedor.

Según el Monitor Global de Emprendimiento (GEM) realizado en el año 2012, evidencia que las mujeres realizan emprendimientos por sensibilidad a la necesidad, mientras que los hombres lo hacen por la oportunidad que se les presente. El emprendimiento genera autoempleo y empleo en las localidades donde se desarrolla y el apoyo interinstitucional local y nacional en el marco del Buen vivir contribuye con la Política de Estado para que esto suceda.

Dentro de los Factores que inciden en la actividad emprendedora en Ecuador son externos ya que se encuentran situaciones financieras, estabildades económicas, competencias tecnológicas, situación política, mercado laboral; y entre los factores internos planteados se encuentran los modelos de administrativos, publicidad en redes sociales, actividades promocionales o marketing, talento humano.

12.5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta. & Intriago. **Factores Sociales de Riesgo por Covid-19 en Trabajadores Informales del Sector La Bahía**, Guayaquil 20 de 04 de 2021.
- Alvarez-Sousa. Emprendedores por necesidad, Factores determinantes, **Revista Española de Investigaciones Sociológicas**: 2019
- Auleta & Rivera. **Ecosistemas para emprender**. Debates Iesa: 2011.
- Barham. **La importancia del espíritu emprendedor**: España: 21 marzo2020
- Cañarte-Quimis., Marcillo-Marcillo, Leones-Pico, & Márquez-Toala. El emprendimiento como estrategia o necesidad en el desarrollo productivo del Ecuador. **Revista Científica Ciencias Económicas y empresariales**: 2020.
- Fernández , García, Vallés, Ogando, Pedrosa, Miranda. Urugueña, B. **Principios de Política Económica. Esjercicios de Test y Cuestiones Resueltas**. Madrid, España: Grefol S.A: 2006.
- Freije, **l empleo informal en América Latina y el Caribe: Causas, consecuencias y recomendaciones de política**. Venezuela: Banco Interamericano de Desarrollo: 2002.
- GEM. **Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020**. Guayaquil: ESPAE-ESPOL: 2019.
- Hernández, Fernández, & Baptista, **Metodología de la Investigación** (Cuarta ed.). McGraw HillM, México: 2006
- Hernández Sampieri., Fernández Collado., & Baptista Lucio. **Metodología de la Investigación**, Mc Graw Hill Education. México: 2014
- IIsenberg. How to Start an Entrepreneurial Revolution. **Harvard Business Review**: 2010
- INEC. **Reporte de indicadores laborales de junio 2013**. ENEMDU, Guayaquil, Ecuador: 2013
- INEC. **Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. Indicadores Lborales junio 2019**. ENEMDU, Guayaquil, Ecuador: 2019
- Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordeñana, **Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020**. Espol Espae Escuela de Negocios. Guayaquil: 2020
- Lassio, Ordeñana, Caicedo, Samaniego, & Izquierdo, **Global Enterpreneurship Monitor Ecuador** ESPAE-ESPOL. . Guayaquil, Ecuador: 2017
- Lenín, **Epistemología y Metodología de la Investigación** . Grupo Editorial Patria. México:: 2014
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Registro Oficial No. 151**. Asamblea Nacional de la República del Ecuador. Quito: 2020

- Mason, & Brown. **Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship**. Final Report to OECD. Paris: 2014
- Oyarvide-Ramirez, Murgueytio-Montenegro, & Oyarvide-Estupiñán. Análisis del impacto económico y social por la Pandemia del Covid-19 y su influencia en los emprendimientos ecuatorianos. **Ciencias económicas y empresariales: 2021**
- Paredes-Hernández, Castillo-Leal, & Saavedra-García. Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. **Suma de negocios: 2019**
- Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021..** Obtenido de Registro Oficial Suplemento 71: 2017
- Reza, **Ciencia Metodología e Investigación** . Pearson Educación. México: 1997
- Saiz, Chordá, & Perales. Impacto social y económico de las aceleraciones de emprendimiento : Análisis de factores condicionantes e implicaciones para la innovación social. **CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa: 2018**
- SCVS.. **Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: 2022**
- Sepulva, & Reina,. Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes. **Revista Venezolana de Gerencia (RVG):2016**
- Sornoza Parrales, Parrales Poveda, Sornoza Parrales, Cañarte Rodríguez, Castillo Merino, Guaranda Sornoza, & Delgado Lucas. **Fundamentos de Emprendimientos**. Área de Innovación y Desarrollo, S.L. Manabí:2018
- Soto-Rodriguez. Entrepreneurial Ecosystems as a Pathway towards Competitiveness: The Case of Puerto Rico. **Competition Forum: 2014**
- Zamora, & Villamar. **Caracterización de la PYME en la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito**. Centro de Publicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE). Quito Ecuador:2011

CAPÍTULO 13

MODELO DE NEGOCIO CON ECONOMÍA CIRCULAR

Palacios-Meléndez José Giovanni¹
Bohórquez-Quiñones Kenny Byron²
Pozo-Pozo Edward Xavier³
Laínez-Salcedo Jorge Enrique⁴

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se enfoca en la participación de las organizaciones en la economía circular, significa llevar un sistema de análisis de un modelo económico social y ambiental en la cual enlaza a grandes oportunidades económicas, que buscan contribuir y disminuir un impacto ambiental, aumentando una calidad y eficiencia de organizaciones y los productos y servicios ofertados. Se analiza el impacto e importancia de la economía circular en las organizaciones. El método aplica-

- 1 **Universidad Estatal Península de Santa Elena** jpalaciosm@upse.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0002-4738-4641>. orcid.org/0000-0002-4738-4641
- 2 **Universidad Estatal Península de Santa Elena**; kenny.bohorquezquiñones@upse.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0002-1352-5581>. orcid.org/0000-0002-1352-5581
- 3 **Universidad Estatal Península de Santa Elena**; edward.pozopozo@upse.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0001-5027-3814>. orcid.org/0000-0001-5027-3814
- 4 **Universidad Estatal Península de Santa Elena**; jorge.lainezsalcedo@upse.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0002-1272-4677>. orcid.org/0000-0002-1272-4677

do fue el exploratorio y analítico, muestra la fragilidad de los modelos económicos lineales basados en la producción, consumo y desecho de productos a partir de la extracción y transformación de materias primas.

El método de investigación es una herramienta importante y en este estudio, los métodos utilizados son: análisis empírico utilizando datos estadísticos y el objeto de análisis de la investigación. Una descripción en la que se ha referenciado e inferido una organización donde se han extraído datos y bases en un conjunto de informes en una economía circular. El informe alerta de la alarmante situación de la contaminación por plástico y aporta soluciones para convertirlo en un aliado y no en el causante de unos de los mayores problemas medioambientales de nuestro siglo todo aquello a investigaciones previamente realizadas.

palabras-clave: Economía circular; residuos; reutilizar; Impacto Ambiental; Sostenibilidad.

Espacio reservado para la organización del congreso.

INTRODUCCIÓN

Ya estamos abusando de los recursos no renovables y superando la capacidad ambiental de nuestro planeta y el consumo crece constantemente. Existe una necesidad alarmante de reemplazar el modelo económico lineal actual por un modelo más sostenible y preservador llamado Economía Circular. (Antikainen et al., 2018).

Cuando se habla de economía circular, significa llevar un sistema de análisis de un modelo económico. Social y ambiental en la cual enlaza a grandes oportunidades económicas, que buscan contribuir y disminuir un impacto ambiental, aumentando una calidad y eficiencia de quien lo plantea. ; Por tanto La economía circular es una filosofía de organización de sistemas inspirada en los seres vivos, que persiguió el cambio de una economía lineal (producir, usar y tirar) cada vez más difícil de implementar por el agotamiento de los recursos hacia un modelo circular y regenerativo, tal y como ocurre en la naturaleza y que además supone una gran oportunidad en el ámbito empresarial. Sus aplicaciones prácticas, tanto en sistemas económicos como en procesos industriales, han ido en aumento progresivo en los últimos años. Su aplicación residió en diseñar productos sin desechos (ecodiseño), productos que facilitaron su desmonte y reutilización, así como en definir modelos empresariales socialmente inteligentes (Goleman, 1999), para que los fabricantes pudieran económicamente recoger, los productos y volver a fabricarlos y distribuirlos (Balboa C. & Domínguez Somonte, 2014).

Este modelo económico, social y ambiental conlleva un nuevo reto para todos los países y organizaciones en el mundo, dado que implica el establecimiento de “un sistema económico, que busca la preservación de los recursos naturales y que tiene como propósito contribuir simultáneamente a disminuir el impacto ambiental del desarrollo, aumentar la eficiencia del uso de recursos y mejorar el bienestar de todas las partes interesadas” (Sánchez, 1994); es tan importante tener ese vínculo de conciencia

no solo por el aporte al cuidado ambiental sino más bien para actualizar conocimientos de lo que es llevar este tipo de economía tanto personal, familiar, o a nivel empresarial tanto que En este orden de ideas, consideramos que la EC es un paradigma que responde al cambio de pensamiento científico, empresarial y político, que se ha visto enfrentado a la necesidad de desarrollar estrategias que permitan hacer posible la sostenibilidad ambiental, sin dejar de lado los retos sociales y económicos del mundo actual. Así mismo, es necesario agregar que la EC y el concepto de desarrollo sostenible probablemente seguirán evolucionando, así como lo hace el pensamiento humano. (Prieto-Sandoval et al., 2017).

A nivel micro, la ecoinnovación marca una transición hacia una economía circular (EC), y las empresas están implementando rutinas y controles estandarizados para introducir procesos ecoinnovadores y, por lo tanto, un modelo de negocio circular. La eco-innovación aplicada a un modelo circular implica cambios en la gestión ambiental y en las prácticas contables de las empresas para gestionar los recursos naturales (Scarpellini et al., 2020).

El concepto de economía circular se discute mucho en la Unión Europea (UE), pero hasta ahora solo se ha logrado un progreso limitado con respecto a su implementación. La mayoría de los estudios académicos culpan de esto a varias barreras tecnológicas. (Kirchherr et al., 2018).

La Economía Circular es un modelo de negocio que se basa en el reciclaje, la reutilización y la reducción de los recursos naturales, que, a partir de la revolución industrial, las empresas han creado una gran cantidad de productos, que promueven el consumo y se generan residuos destinados a la contaminación ambiental sin un posterior tratamiento. (Flavio Roberto, 2018).

La escasez de recursos junto con el crecimiento de población y los patrones de consumo piden a gritos un cambio en el modelo lineal actual de “extraer, producir y desechar” y desvincular el crecimiento económico de la extracción y uso de nuevos recursos. Esto es posible a través de la reducción y eliminación de residuos, la reutilización y reciclaje. Si continuamos con las mismas tendencias, pronto seremos testigos de un aumento en la volatilidad de los precios e inflación de productos básicos junto con una caída en la disponibilidad de insumos críticos para cualquier economía actual. (Flavio Roberto, 2018).

En la actualidad la mayor parte de las empresas ecuatorianas y empresas extranjeras que operan en el país siguen el modelo económico lineal, que no ha cambiado desde la primera revolución industrial, el cual consiste en la extracción de materia prima, la producción de bienes, el consumo y la generación de residuos. (Rivera Valenzuela, 2018).

La humanidad se enfrenta a una crisis ecológica de gran magnitud. Problemas como el agujero en la capa de ozono, el incremento de gases de efecto invernadero, la pérdida de biodiversidad, el agotamiento de recursos tanto renovables como no renovables, la contaminación del suelo y del aire, entre otros, lo denotan. Tanto las administraciones como las instituciones científicas aceptan este hecho como incontrovertible. Los causantes de estos fenómenos lo son en grado diferente, y desigual es

también el grado en que los afectados sufren sus consecuencias. Las emisiones de cloro fluoró-carburo, por ejemplo, se produjeron esencialmente en los países industrializados y sus efectos más severos se perciben y percibirán sobre todo en las zonas más cercanas a los polos; la cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero correlaciona en gran medida con el nivel de renta de los países, que no tienen por qué ser los más afectados por los cambios drásticos en el clima ni por la subida del nivel del mar, etc.(Rivera Valenzuela, 2018).

De acuerdo con los informes de la Agencia Europea del Medio Ambiente los programas de prevención de residuos muestran diferencias considerables en detalle, cobertura, objetivos y horizontes temporales (desde 4 años a indefinidos). Casi todos los programas mencionan el objetivo general de desacoplar la generación de residuos del crecimiento económico. (Silva et al., 2021).

No obstante, el proceso de transición y la implementación de alternativas hacia un estilo de vida más sustentable ha sido lento. Mientras se cuestiona severamente el uso irracional de los recursos naturales, la contaminación del medio ambiente, los efectos adversos sobre los ecosistemas y los daños a la salud humana (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente ; se continúa impulsando un estilo de vida basado en el crecimiento permanente del mercado, lo cual implica un aumento sistemático en la demanda de productos y servicios, como si los recursos naturales y energéticos fueran infinitos, generando con ello diversas crisis ambientales (González & Pomar Fernández, 2021).

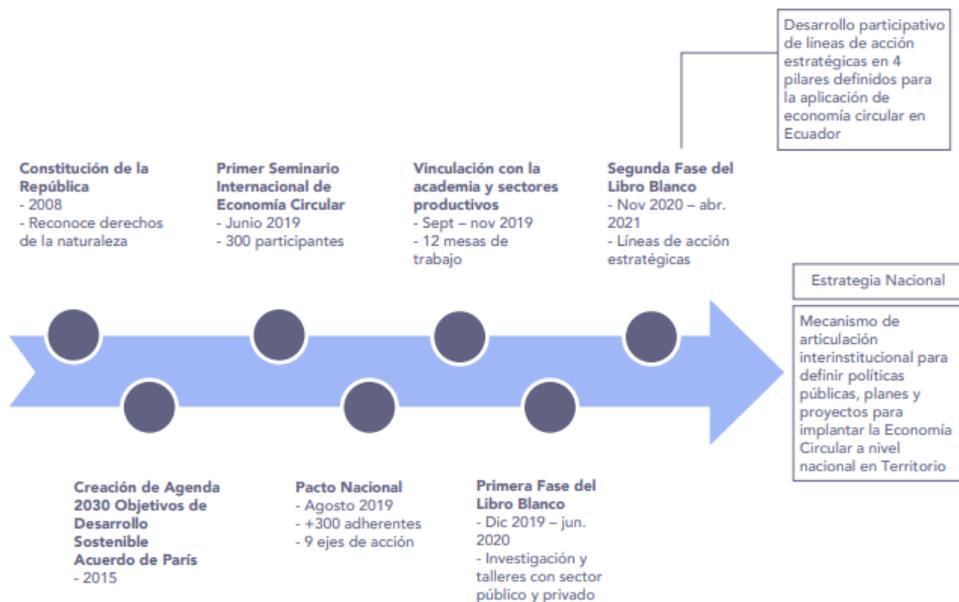
En el Ecuador se han desarrollado múltiples esfuerzos desde los sectores público y privado, que han permitido la publicación del Libro Blanco de Economía Circular del Ecuador. Desde inicios del año 2019, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) ha liderado la construcción y ejecución de la hoja de ruta país hacia la Estrategia Nacional de Economía Circular (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021).

El Libro Blanco (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021) se lo ha concebido a base de cuatro ejes fundamentales: i) Mecanismos de Políticas y Financiamiento; ii) Producción Sostenible; iii) Consumo Responsable y, iv) Gestión Integral de Residuos Sólidos (GIRS). La primera fase se llevó a cabo desde diciembre de 2019 a junio 2020 a través del financiamiento de la empresa UNACEM Ecuador (empresa suscriptora del Pacto), el trabajo técnico de la consultora SOSTENIR y el aval académico del IDE BUSINESS SCHOOL de la Universidad de los Hemisferios en el período comprendido entre diciembre del 2019 y junio del 2020. La primera fase del Libro Blanco de Economía Circular incluyó el levantamiento y análisis de la siguiente información:

- Alineamiento de la Economía Circular a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Alineamiento estratégico de la Economía Circular al Plan Nacional de Desarrollo 2017-2023.
- Identificación de los mecanismos legales más relevantes de aporte a una estrategia de EC.

- Identificación de sectores productivos con participación en la economía nacional a ser priorizados en la Estrategia Nacional de Economía Circular.
- Análisis general de la situación de los residuos sólidos generados en Ecuador.

Figura No.1 Línea de tiempo de iniciativas que aportan al Libro Blanco de Economía Circular para Ecuador.



13.1 DESARROLLO

13.1.1 ECONOMÍA CIRCULAR

La Economía Circular se aleja del modelo económico tradicional de “tomar-hacer-disponer” a uno que es regenerativo por diseño. El objetivo es retener tanto valor como sea posible de los productos, partes y recursos para crear un sistema que permita una larga vida útil, compartición, digitalización y recuperación de recursos (Flavio Roberto, 2018).

13.1.2 RESIDUOS

(Ochoa Miranda, 2018) Aquel residuo o desecho que, por sus características corrosivas, reactivas, explosivas, tóxicas, inflamables, infecciosas o radiactivas, puede causar riesgos, daños o efectos no deseados, directos e indirectos, a la salud humana y el ambiente.

13.1.3 REUTILIZAR

(Veiga, 2019), Darles a los productos la máxima vida útil posible. Con la reutilización, además de generar menos residuos y hemos impacto ambiental, los consumidores ahorran dinero. (p. 232).

(Molina, 2019) Se considera el primer paso, para la concienciación y sensibilización acerca de su importancia real, y para poder trabajar en la búsqueda de soluciones y acciones, encaminadas a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente. (p. 19).

13.1.4 IMPACTO AMBIENTAL

(Molina, 2019) Pérdida de la capacidad del medio ambiente para satisfacer las necesidades ambientales y sociales, y se genera cuando los recursos existentes en nuestro planeta se agotan o sufren alteraciones de gravedad.

(Castillo, 2021) El mundo está buscando disminuir la dependencia de los combustibles fósiles. En primera instancia, haciendo más eficientes o de menos consumo los motores que los utilizan; pero también buscando fuentes nuevas y renovables de energía.

13.1.5 SOSTENIBILIDAD

Definir el desarrollo sostenible se presenta como una tarea difícil (Kane, 1999), quedando de manifiesto 1) la pugna semántica en torno al concepto y su complejidad (Lafferty et al., 1999); 2) el amplio “abanico” de posturas y propuestas tanto teóricas como empíricas, o las múltiples definiciones que coexisten en la literatura tanto científica como institucional (Giddings et al., 2002; Hopwood et al., 2005); 3) y ello quizá debido no solo de la polisemia del principio, sino de su misma amplitud y alcance (Arias Maldonado, 2004: 123).

Si bien en la literatura ha prevalecido la atención dirigida ante todo a la definición “corta” de sostenibilidad y el desarrollo sostenible del Informe Brundtland, la interpretación y análisis de esta noción cabe aproximarla desde una visión “amplia” que contemple el conjunto de este Informe y las múltiples definiciones del desarrollo sostenible que se recogen en el mismo (Lafferty et al., 1999).

Un gran ejemplo de sostenibilidad ambiental es la ciudad sueca de Estocolmo, que se destaca por sus inversiones en infraestructura sostenible, bajas emisiones y muy buena calidad del aire con altos niveles de contaminación por debajo del promedio. Solo entonces se puede lograr el equilibrio entre el desarrollo económico y la protección del medio ambiente. (Santander, 2022).

Según autores las metodologías son indicadores en la que se miden la realidad de las organizaciones, su aplicación radica en la mejora continua después de haber obtenidos los resultados los diferentes tipos o diseños a emplearse son responsabilidad de

los que conforman la organización o empresa en vías de desarrollo, estos están centrados en el estudio de la sostenibilidad como parte del desarrollo. Según el autor Hernández Sampieri, involucran “el análisis de datos cuantitativos y cualitativos para determinar el alcance de la economía circular”, así como su integración y discusión general, para hacer inferencias. A partir de toda la información recopilada (conocidas como meta-inferencias) y que permitan una mejor comprensión del fenómeno objeto de estudio”.

13.2 MATERIALES Y MÉTODOS

Se presenta el diseño y tipo de Investigación, los métodos de investigación y las Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

13.2.1 DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

El proceso de investigación, que se centra en el estudio de la sostenibilidad como parte del desarrollo y cuidado del medio ambiente de tal forma que a través de una investigación cualitativa se puede medir los procesos relacionados a la conservación del medio ambiente y que están haciendo las empresas de mayor o menor tamaño para lograr que sus residuos no contaminen total mente los mares y océanos. Según el autor Hernández Sampieri, involucran “el análisis de datos cuantitativos y cualitativos para determinar el alcance de la economía circular”, así como su integración y discusión general, para hacer inferencias. A partir de toda la información recopilada (conocidas como meta-inferencias) y que permitan una mejor comprensión del fenómeno objeto de estudio”.

13.2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Siempre existirán puntos contrapuesto en cada método y la investigación misma, por lo tanto, hay que resumir y tomar muy en cuenta todos los resultados con la finalidad de realizar la respectiva evaluación de cada criterio.

El método de investigación es una herramienta importante y en este estudio, los métodos utilizados son: análisis empírico utilizando datos estadísticos y el objeto de análisis de la investigación. Una descripción en la que se ha referenciado e inferido una organización donde se han extraído datos y bases en un conjunto de informes en una economía circular.

13.2.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Cuando se trata de técnicas y herramientas de recopilación de datos, se debe enfatizar que las técnicas se refieren a la forma en que se recopilan los datos. Si bien las herramientas son el medio físico mediante el cual recolectar y categorizar la informa-

ción necesaria para una investigación, con base en lo mostrado, en el transcurso de esta investigación se han aplicado técnicas claves de aplicación, tales como: encuestas, entrevistas y observaciones directas.

13.3 RESULTADOS

El resultado depende de la interpretación y clasificación de cada respuesta, para procesar los datos, y esto nos permitirá obtener los resultados, en los que encontraremos la palabra de la variable de comportamiento del encuestado. Vincular datos, estadísticas e información relacionada con las necesidades de gestión a nivel local, nacional y regional.

Integración de conjuntos de datos geográficos para apoyar la toma de decisiones a diferentes niveles (país, ecosistema, ecorregión) y escala (local, nacional, regional, global). Identificar lagunas o duplicaciones de información y simplificar los esfuerzos de recopilación de datos a nivel nacional, regional y mundial.

La calidad de la información utilizada en el proceso de toma de decisiones y planificación. Comunicación con diferentes tipos de usuarios de información regional, nacional y local son útiles para tomar decisiones.

Se calcula que cada año se vierten en los océanos 8 millones de toneladas de plástico. En 2025 nuestros océanos tendrán 1 tonelada de plástico por cada 3 de pescado y en 2050 habrá más plástico que peces. El informe alerta de la alarmante situación de la contaminación por plástico y aporta soluciones para convertirlo en un aliado y no en el causante de unos de los mayores problemas medioambientales de nuestro siglo.

La demanda de materia prima de plástico es enorme, la producción global de plásticos ha aumentado desde los 2 millones de toneladas en 1950 a aproximadamente 400 millones de toneladas en 2018. Es difícil hacernos idea de esta dimensión que equivale a 13 millones de camiones tráileres-cisterna de 30 toneladas. La previsión es que la demanda crezca continuamente hasta superar los 1.000 millones de toneladas en 2050.

En Ecuador, el PIB ha incrementado en un 127% desde 1990 hasta 2015, mientras que el Índice de Desarrollo Humano en apenas un 15.7% en el mismo tiempo. En este mismo período, ha existido un incremento de 144% en el uso de materiales, y un 181% de incremento de daños en salud medidos en DALYs por contaminación al aire. Por otro lado, debido a la transición de la matriz energética hacia hidroeléctricas y otras fuentes renovables, sólo se han incrementado las emisiones de GEI en un 33% en el mismo tiempo (PNUMA, 2021).

13.4 DISCUSIÓN

Durante los cambios climáticos se ha identificado grandes cambios en el mundo evidenciando impactos que van acorde de la economía verde conocida como econo-

mía circular, el presente trabajo evidencia pensamientos de varios autores en la que afirman que la economía circular sólo retrasa, en lugar de eliminar, el impacto medioambiental negativo de la economía lineal.

Estos conceptos hacen enlazar a los defensores de la economía circular que afirman contribuir a un futuro socialmente sostenible para todos dando como resultados a que las políticas industriales y medioambientales, fomenten el poder del mercado y de las empresas. Los presentes conceptos u opiniones prometen que todos se beneficiarán de su aplicación.

Las organizaciones plantean sus procesos de producción enfocados en economía circular de acuerdo a el servicio o producto que ofrece, no obstante, son pocas las cuales implementan y desarrollan productos y procesos involucrando tanto a trabajadores como a clientes, es necesario considerar si el impacto es positivo y se promueve la participación de la economía circular en la sociedad.

CONCLUSIONES

Se concluye que la economía circular está presente en pocas organizaciones y que el enfoque lineal domina en gran parte a las organizaciones teniendo antecedentes negativos en cuanto a el cuidado de los recursos naturales. Es de suma importancia implementar estrategias que cuyo objetivo sea un desarrollo sostenible a nivel global y que las actuales y nuevas organizaciones las adopten en sus estructuras.

De acuerdo a las aportaciones de los autores brevemente mencionados es importante recalcar que la aplicación de mejores prácticas como la reutilización de residuos ayudaría a mejorar el entorno y participación positiva de las organizaciones con el medio ambiente, optimizando recursos y mejorando la calidad de satisfacción de las personas.

La implementación de buenas prácticas sociales en el ámbito ambiental aporta beneficios económicos, sociales y medioambientales, es importante permitir el acceso a prácticas a los colaboradores de las empresas también como a los clientes e involucrados en el proceso económico. Un mejor manejo de las organizaciones es salud y vida para la humanidad.

Business model with circular economy

ABSTRACT

The present research work focuses on the participation of organizations in the circular economy, it means carrying out a system of analysis of a social and environmental economic model in which it links to great economic opportunities, which seek to contribute and reduce an environmental impact, increasing quality and efficiency of organizations and the products and services offered. The impact and importance of the circular economy in organizations is analyzed. The applied method was the

exploratory and analytical one, it shows the fragility of the linear economic models based on the production, consumption and disposal of products from the extraction and transformation of raw materials.

The research method is an important tool and in this study, the methods used are: empirical analysis using statistical data and the object of analysis of the research. A description in which an organization has been referenced and inferred where data and bases have been extracted in a set of reports in a circular economy. The report warns of the alarming situation of plastic pollution and provides solutions to turn it into an ally and not the cause of one of the biggest environmental problems of our century, all that previously carried out research.

Keywords: Circular economy, waste, reuse, Environmental Impact, Sustainability.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antikainen, M., Lammi, M., & Hakanen, T. (2018). Consumer service innovation in a circular economy-the customer value perspective. *Journal of Serviceology*, 3(1).
- Balboa C., C. H., & Domínguez Somonte, M. (2014). Circular economy as an ecodesign framework: the ECO III model. *Informador Técnico*, 78(1), 82. <https://doi.org/10.23850/22565035.71>
- Flavio Roberto. (2018). La Economía Circular Como Factor De Desarrollo Sustentable Del Sector Productivo The Circular Economy as a Sustainable Development Factor of the Productive Sector. *INNOVA Research Journal*, 3(12), 78–98.
- González, G. C., & Pomar Fernández, S. (2021). La economía circular en los nuevos modelos de negocio. *Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*, 9(23), 1–16. <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2021.23.79933>
- Kirchherr, J., Piscicelli, L., Bour, R., Kostense-Smit, E., Muller, J., Huibrechtse-Truijens, A., & Hekkert, M. (2018). Barriers to the Circular Economy: Evidence From the European Union (EU). *Ecological Economics*, 150(December 2017), 264–272. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.04.028>
- Prieto-Sandoval, V., Jaca, C., & Ormazabal, M. (2017). Economía circular: Relación con la evolución del concepto de sostenibilidad y estrategias para su implementación. *Memoria Investigaciones En Ingeniería*, 15, 15.
- Rivera Valenzuela, M. A. (2018). Economía Circular: Un Camino Hacia Un Quito Más Sostenible. *INNOVA Research Journal*, 3(11), 139–158. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n11.2018.767>
- Sánchez, R. M. (1994). El desarrollo sostenible. *Ciencia y Sociedad*, 19(1), 27–37. <https://doi.org/10.22206/cys.1994.v19i1.pp27-37>
- Scarpellini, S., Valero-Gil, J., Moneva, J. M., & Andraus, M. (2020). Environmental

- management capabilities for a “circular eco-innovation.” *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 1850–1864. <https://doi.org/10.1002/bse.2472>
- Silva, T. G. E., Pontes, A. C. da S. J. E., Musetti, M. A., & Ometto, A. R. (2021). Economía circular. *Revista Produção Online*, 21(3), 951–972. <https://doi.org/10.14488/1676-1901.v21i3.4354>
- Castillo, L. A. (2021). Evaluación de impacto ambiental. Eco Ediciones .
- Luis Serguí, R. M. (2018). Gestión de residuos y economía circular. Barcelona: Business School.
- Molina, P. G. (2019). Impacto ambiental en las actividades humanas. TUTOR FORMACIÓN .
- Ochoa Miranda, M. (2018). Gestión integral de residuos: Análisis normativo y herramientas para su implementación. Universidad del Rosario.
- Santander. (28 de 03 de 2022). Sostenibilidad ambiental: cómo cuidar el futuro de nuestro planeta. (S. Universidades, Ed.) Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/sostenibilidad-ambiental.html>
- Veiga, J. M. (2019). GENERACIÓN TERRORISMO MEDIOAMBIENTAL. JOSE MANUEL FE.

CAPÍTULO 14

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN EL MARCO DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS CIRCULARES

Tomalá Uribe José Xavier¹

Recalde Rodríguez Christian Robert²

Quimi Hermenjildo Jeniffer Estefanía³

Palacios Meléndez José Giovanni⁴

RESUMEN

En la actualidad la economía circular ha tomado diversas formas y concepciones, adaptar un nuevo modelo empresarial a los procesos que se realizan en una organización es una práctica obligada en las empresas ecuatorianas que deben implementarlas para poder desarrollar productos o servicios de alta calidad y bajo consumo de recursos naturales. El Gobierno Nacional ha mantenido durante toda su gestión, como unos de los ejes principales de la agenda política, el impulsar una producción más limpia en el país, a través de la eficiencia en el uso de recursos y la reutilización responsable de residuos, y de esa manera, proteger el ambiente; esto es algo que se lo ha

1 orcid.org/0000-0002-0198-1782

2 orcid.org/0000-0002-9342-0068

3 orcid.org/0000-0002-7712-9860

4 orcid.org/0000-0002-4738-4641

puesto en marcha a través del concepto de Economía Circular, en el que el trabajo articulado público – privado es fundamental para lograr un cambio en el mediano y largo plazo. El objetivo de este trabajo de investigación es el de sintetizar aspectos relevantes en función de la economía circular que está cambiando los modelos de negocios, donde pasa de ser un negocio lineal a uno circular. Para llevar a cabo esta investigación se utilizó el método descriptivo obteniendo información de fuentes secundarias tales como; revisión de artículos académicos específicamente en español, entre otros. Para efectos se tomó varias referencias documentales de tipo bibliográficas que fueron publicadas en el periodo comprendido entre 2009 a 2022. Como resultado se presenta definiciones, conceptualizaciones, principios, aplicación de modelos de negocios circular, por ende, hemos presentado una visión general acerca de los cambios de modelos que al parecer cualquier negocio podría utilizar, para acercarse a un modelo circular. Concluyendo que se deben manejar uno de estos criterios que permitan la reducción ambiental, pretendiendo que el lector interesado profundice en este tema, a través de las referencias que se facilitan.

palabras-clave: Economía circular, modelos de negocios, competitividad, economía lineal, evolución.

Espacio reservado para la organización del congreso.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la problemática que se presenta acerca de los impactos ambientales al aplicar un modelo de economía lineal que específicamente está basado es extraer, producir, consumir y desechar demostrando que este modelo es ineficiente y es una de las principales causas de degradación del medioambiente. La postura de (Martín Toquero, 2020) muestra que un claro ejemplo de esto es lo que ocurre con el medioambiente y la escasez de recursos, que se profundiza cada día, la concienciación con el medioambiente, inexistente en otras épocas, o los avances tecnológicos, en materias como las energías renovables, hacen que la economía lineal, con la que siempre se ha trabajado haya quedado obsoleta. Dando paso a la economía circular, ya que se trata de una alternativa que satisface todas esas nuevas necesidades que se han comentado.

La formulación del problema está planteada a través de la siguiente pregunta ¿Cómo la economía circular está cambiando a los modelos de negocios? Debido a que es más rentable, efectiva y sostenible, según el observatorio de economía circular. (OEI, 2020). Por tanto, el objetivo principal de este artículo es el de sintetizar aspectos relevantes en función de la economía circular que está cambiando los modelos de negocios, donde pasa de ser un negocio lineal a uno circular.

Es así como toma su creciente importancia y a que, a pesar de que no es un concepto nuevo, se trata de uno en el que no se ha analizado en exceso. Luego de la parte introductoria se abordaron los materiales y métodos para llevar a cabo esta investigación, en el cual se utilizó el método descriptivo obteniendo información de fuentes secundarias tales como; revisión de artículos académicos específicamente en español, para efectos se tomó varias referencias documentales de tipo bibliográficas que fueron publicadas en el periodo comprendido entre 2009 a 2022.

Por lo consiguiente, se evidencian los resultados de la presente investigación, donde se visualiza conceptos acerca de los modelos de negocio de la economía circular principalmente, desde la perspectiva del Business Model Canvas que es un instrumento conceptual que apoya a los investigadores y emprendedores sociales para comprender o diseñar la estructura de las organizaciones dedicadas a la búsqueda de objetivos sociales. (Sparviero, 2019). Y el modelo ReSOLVE que especifica que este marco o metodología de ReSOLVE ofrece a las empresas y gobiernos una herramienta para generar estrategias circulares e iniciativas de crecimiento. (Estévez, 2016).

Adicionalmente se conceptualizo a la economía circular, sus principios de las 10 ERRES y características acerca de los modelos de economía circular más relevantes, además de la evolución del modelo lineal a la circular. Teniendo en cuenta que hace algún tiempo y en la actualidad varios de los autores (Casañas, 2021) disponen de la misma perspectiva de considerar en que las estrategias ambientales de las 3R a las 10R dispongan de la misma expresión de sostenibilidad era practicar las 3R: Reducir, Reutilizar y Reciclar. Tal y como menciona el autor (Pardavé, 2010) nos demuestra que no es suficiente, que es necesario agregar otras R.

Por otro lado, se analizaron los datos y los criterios que tomaron relevancia en los conceptos acerca de la economía circular que está cambiando los modelos de negocios, se estableció un análisis comparativo de los criterios de cada autor citado respecto a la temática en estudio, surgiendo diferentes perspectivas en los hallazgos encontrados. Finalmente se llega a las conclusiones respecto al objetivo planteado del trabajo de investigación en base a una argumentación científica del tema abordado.

14.1 MATERIALES Y MÉTODOS

Para este estudio se utilizó el método cualitativo- bibliográfico que permitió sintetizar aspectos relevantes en función de la economía circular que está cambiando los modelos de negocios, donde pasa de ser un negocio lineal a uno circular. Buscando así la comprensión del lector interesado en construir sus propios hallazgos acerca de la temática planteada. La búsqueda de información se inició a través de revistas de alto impacto o libros indexados en Base scopus, Web of Science, entre otros.

Por otro lado, solo se consideraron las publicaciones comprendidas entre el año 2009 a 2022. La metodología utilizada para la recopilación de información procede de fuentes secundarias como artículos científicos, revisión sistemática etc., sobre los modelos de negocios basados en economía circular. Posteriormente, se analizaron los datos y los criterios que conducen a la discusión sobre el tema y posturas que derivan a cada hallazgo encontrado.

Adicionalmente, la metodología para el análisis se basa en la sinterización de las características que tomaron relevancia en los conceptos y criterios que surgieron al realizar la revisión de información, por ende, se estableció un análisis comparativo de los criterios de cada autor citado respecto a la temática en estudio, así como conceptos de economía circular, sus principios de las 10 ERRES y características acerca de los modelos de economía circular más relevantes, además de la evolución del modelo li-

neal a la circular. Finalmente, se logró establecer una visión general que dirigen a las empresas a optar por evidenciar la eficiencia enmarcada en la economía circular que está cambiando los modelos de negocio.

14.2 RESULTADOS

La economía circular es una alternativa atractiva que busca redefinir qué es el crecimiento, con énfasis en los beneficios para toda la sociedad. Esto implica disociar la actividad económica del consumo de recursos finitos y eliminar los residuos del sistema desde el diseño según (MacArthur, 2017).

Para los autores (Aminoff, Valkokari, Antikainen, & Kettunen, 2017) mencionan que el modelo de economía lineal que ha dominado anteriormente se está quedando obsoleto, debido a la limitación de recursos, que está causando una gran volatilidad en los precios. Debido a esto, recientemente el concepto de economía circular ha conseguido captar el interés de muchos. Se trata de un modelo económico novedoso, orientado a fomentar el crecimiento económico sostenible, impulsar la competitividad mundial y generar nuevos puestos de trabajo. El interés para los ciudadanos se resumen de la siguiente forma (ver tabla 1).

Tabla 1. – Actores de la economía circular: ciudadanos

ACTOR	MENSAJE	RESULTADOS
Ciudadanos	Invitación a re-pensarse, como ciudadano usuario en lugar de consumidor, con estrategias claves en las que puede ser participe al elegir los productos y servicios que compra.	Consumo responsable
	Concienciación para aprender a defender su derecho a recibir productos de calidad y con garantía, y a recibir información transparente y adecuada acerca de los impactos socioambientales de los productos y servicios que adquiere	
	Se plantea fortalecer la Defensoría del Consumidor y otros mecanismos de acuerdo con la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor.	

Sin embargo, (Stahel, 2010) podría haber introducido el concepto antes, hablando de un sistema de autor reposición que minimiza la entrada de material y energía, así como el deterioro ambiental sin influencias negativas sobre el crecimiento y el progreso. La economía circular se basa en la idea de poner la empresa privada (ver tabla 2) al servicio de la transición hacia un sistema más sostenible, las empresas podrían avanzar considerablemente en esta transición creando valor adicional con una red de partes interesadas más extendida y gestionada especialmente el concepto de intercambios de valor fallidos es decisivo en este contexto; asume que al darse cuenta de un valor que se pierde, se destruye, no se internaliza o no se ofrece a pesar de la demanda existente en el mercado, las organizaciones pueden beneficiar potencialmente a la sociedad y, al mismo tiempo, obtener una ventaja competitiva (Yang, Evans, Vladimirova, & Rana, 2016).

Tabla 2. – Actores de la economía circular: Empresarios y emprendedores

ACTOR	MENSAJE	RESULTADOS
Empresarios / emprendedores	Información sobre soporte técnico y financiamiento para hacer la transición o empezar negocios circulares y garantizar abastecimiento sostenible, durabilidad de productos y cierre de ciclos a través de responsabilidad extendida del productor	Líneas estratégicas transversales de producción y sostenibilidad

En el Ecuador se han desarrollado múltiples esfuerzos desde los sectores público y privado, que han permitido la publicación del Libro Blanco de Economía Circular del Ecuador. Desde inicios del año 2019, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) ha liderado la construcción y ejecución de la hoja de ruta país hacia la Estrategia Nacional de Economía Circular. Esta estrategia nacional es una herramienta clave para la generación de políticas públicas y territoriales orientadas a nuevos modelos económicos que garanticen la calidad y sostenibilidad ambiental, económica y social. (Ver tabla 3).

Tabla 3. – Actores de la economía circular: GADS

ACTOR	MENSAJE	RESULTADOS
GADS	Generación de estrategias para fomento productivo, apoyando al fortalecimiento de actores de Economía Popular y Solidaria.	Líneas estratégicas de producción
	Implementación de los modelos basura cero que son más costo-efectivos que la gestión de desechos, y adicionalmente plantean inclusión de recicladores de base y otros actores de Economía Popular y Solidaria.	
	Implementación de estrategias de acuerdo con sus competencias en gestión Sostenible ambiental para incluir indicadores de circularidad en sus auditorías.	

La Tabla 4 indica cómo cada elemento del modelo de negocio (propuesta de valor, sistema de creación y entrega y captura de valor) se ve afectado por las dimensiones económicas, ambientales, sociales y una orientación a largo plazo, que son cuatro Temas centrales de la sostenibilidad empresarial (Lozano, 2008). En cuanto a la propuesta de valor, el objetivo central y la visión de la organización traducida en ofertas (productos y servicios) necesitan asegurar ingresos para compensar los costos directos e indirectos, que se diseñen de acuerdo con enfoques como el ecodiseño y el diseño para el desmontaje, para asegurar la sociedad, bienestar y, finalmente, garantizar la capacidad a largo plazo para abordar las preocupaciones económicas, ambientales y sociales.

Es fundamental desarrollar una red de valor con partes interesadas que estén motivadas y contribuyan a la viabilidad económica, los beneficios ambientales, las preocupaciones sociales y la preparación para los desafíos a largo plazo de las empresas asociadas. Finalmente, el valor capturado por el sistema asociado incluye no solo el económico, sino también la preservación de los recursos naturales y el bienestar de la sociedad, tanto a corto como a largo plazo.

Tabla 4. - Despliegue de las dimensiones de la sostenibilidad en modelos comerciales circulares

Dimensión	Criterios		
	Propuesta de valor	Creación de valor y sistemas de entrega	Captura de valor
Económica	Ofertas (productos y servicios) con margen económico para asegurar ganancias	Incentivos para que los actores de la cadena de suministro extiendan el uso del producto y la devolución al sistema de valor	Beneficio (o al menos no resultado negativo) para cada parte interesada
Ambiental	Productos y servicios diseñados para minimizar el agotamiento de los recursos naturales.	Operaciones logísticas y de producción ecoeficientes	Reducción de la carga ambiental al extraer más valor de un menor consumo de recursos naturales
Social	Maximizar el valor de los productos y servicios para el bienestar de la sociedad	Enfoque proactivo hacia las partes interesadas en los circuitos cerrados	Mayor conciencia ambiental sobre el valor de los productos
Protección de las generaciones futuras	Capacidad a largo plazo para abordar preocupaciones económicas, ambientales y sociales	Cambios incrementales y radicales en el nivel del sistema para garantizar asociaciones a largo plazo.	Preparación de los sistemas de producción actuales para hacer viable la economía circular "perfecta" en el futuro

Según el autor (Sparviero, 2019) especifica que el Business Model Canvas es un instrumento conceptual que apoya a los investigadores y emprendedores sociales para comprender o diseñar la estructura de las organizaciones dedicadas a la búsqueda de objetivos sociales, que brindan contribuciones al conocimiento en una variedad de campos de las ciencias sociales. Esta herramienta nos sirve para analizar modelos de negocio en términos de sus 9 elementos clave y fue diseñada por Alexander Osterwalder asociado con Yves Pigneur. Sin embargo, el autor (Gete, 2015), especifica que es en un modelo de negocios se estudia la manera en la que una empresa crea, distribuye y captura valor de sus clientes.

Dentro de los primeros 5 bloques de negocios especifica que el Segmento de mercado tienen la finalidad de analizar, ¿Quién es tu cliente? ¿Cuáles son nuestros segmentos de mercado?, siempre teniendo en cuenta el tipo de Propuesta de valor que se va a tener en cuenta ¿Cuál es la razón que nos diferencia del resto?, sobre todo en los Canales ¿Cómo nos buscan y encuentran?, uno de los puntos primordiales de estos bloques es sobre la Relación con los clientes ¿Cómo nos relacionamos con nuestros clientes?, y así fijar un Flujo de ingresos: ¿Cómo fijamos el precio de nuestro producto o servicio?

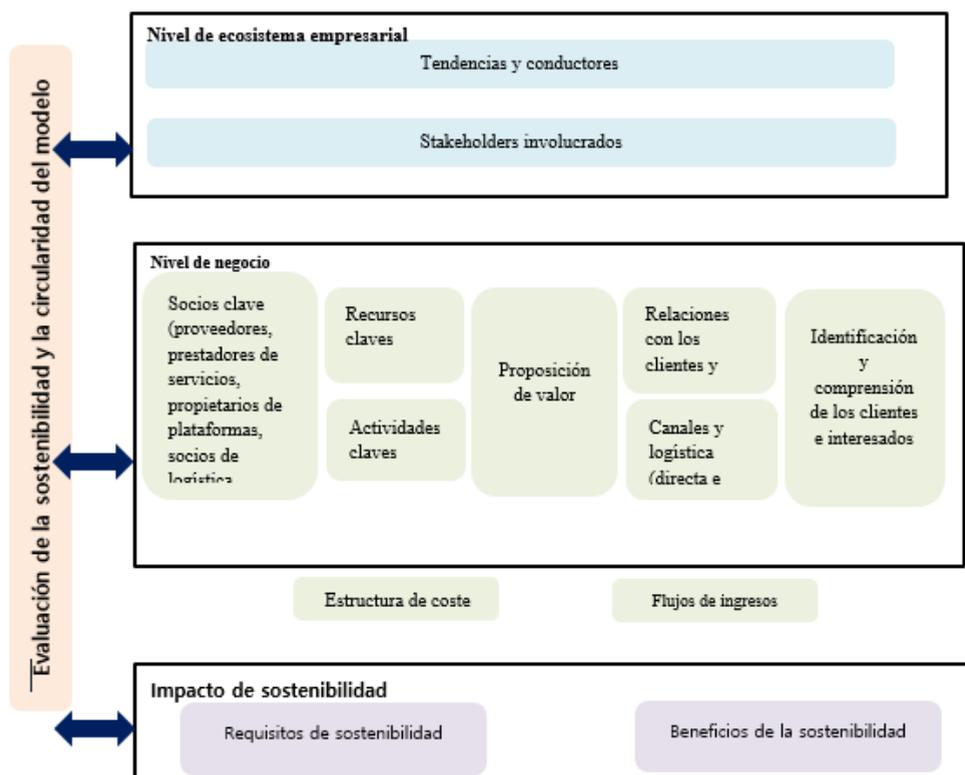
Por otro lado, los 4 puntos restantes de los componentes del negocio se enfocan en establecer estrategias las cuales mencionan que los recursos son clave dentro de una actividad ¿Qué recursos necesitamos para llevar a cabo nuestra actividad? y las Acti-

vidades clave: ¿Qué procesos de producción, marketing... son necesarios para realizar y entregar la propuesta de valor? especificando las Alianzas clave: ¿Qué posibles alianzas permiten ejecutar nuestro modelo de negocio complementando nuestras capacidades? y el menos importante es tener una Estructura de costes: ¿Qué costes fijos y variables determinan nuestro modelo de negocio?.

La transformación hacia una economía circular plantea grandes desafíos para las empresas, algunos de ellos incluso, podrían destruir la utilidad de sus modelos de negocios existentes. (Aminoff, Valkokari, Antikainen, & Kettunen, 2017). La gran pregunta es cómo innovar en nuevas tecnologías disruptivas para adaptar los negocios a esos cambios. El primer paso en muchos casos podría ser que las empresas percibieran a sus clientes como usuarios y no como compradores. Transformar la orientación del producto hacia proveerlo como un servicio.

Las tendencias y los impulsores incluyen el análisis del entorno empresarial y el análisis de las tendencias actuales. Por ejemplo, la nueva legislación podría tener una influencia significativa en el modelo de negocio. Incluye la idea de una interacción continua entre la sostenibilidad y la evaluación de la circularidad del modelo de negocios, como se ve en la ilustración 1.

Ilustración 1. Evaluación de la sostenibilidad



Canvas empresarial sostenible (Aminoff, Valkokari, Antikainen, & Kettunen, 2017)

Esto se considera necesario para conseguir datos sobre los negocios sostenibles y así poder optimizar los procesos y entender mejor la dinámica de los procesos necesarios. Por ejemplo, el cambio en un eslabón de la cadena de suministro puede influir dramáticamente en todo el modelo. Mientras el nivel de impacto de la sostenibilidad se divide en el balance de esta, es decir en los costes y los beneficios. Este bloque puede ser evaluado con las herramientas de evaluación del ciclo de vida. (Martín Toquero, 2020).

El autor (Estévez, 2016) nos especifica que este marco o metodología de ReSOLVE ofrece a las empresas y gobiernos una herramienta para generar estrategias circulares e iniciativas de crecimiento. De distintas formas, estas acciones incrementan el uso de activos físicos, prolongan su vida y cambian el uso de los recursos de fuentes finitas a renovables. Posteriormente, la economía circular es una alternativa atractiva que busca redefinir qué es el crecimiento, con énfasis en los beneficios para toda la sociedad. Esto implica disociar la actividad económica del consumo de recursos finitos y eliminar los residuos del sistema desde el diseño según (MacArthur, 2017).

Teniendo en cuenta que hace algún tiempo y en la actualidad varios de los autores (Casañas, 2021) disponen de la misma perspectiva de considerar en que las estrategias ambientales de las 3 ERRES a las 10 ERRES dispongan de la misma expresión de sostenibilidad era practicar las 3R: Reducir, Reutilizar y Reciclar. Tal y como menciona el autor (Pardavé, 2010) nos demuestra que no es suficiente, que es necesario agregar otras ERRES.

Desde el punto de vista los autores mencionan que estas directrices de las 10R están basadas en la sostenibilidad del medio ambiente, las cuales permiten tener alternativas innovadoras de un productos y así tenga la facilidad de cumplir un proceso más útil que está establecido de la siguiente manera en: Reordenar, Reformular, Reducir, Reutilizar, Refabricar, Reciclar, Revalorizar, Rediseñar, Recompensar, Renovar, con la finalidad de adoptar una mayor responsabilidad con la salud y la naturaleza.

Teniendo en cuenta que hace algún tiempo y en la actualidad varios de los autores (Casañas, 2021) disponen de la misma perspectiva de considerar en que las estrategias ambientales de las 3R a las 10R dispongan de la misma expresión de sostenibilidad era practicar las 3R: Reducir, Reutilizar y Reciclar. Tal y como menciona el autor (Pardavé, 2010) nos demuestra que no es suficiente, que es necesario agregar otras R:

1. **Reordenar:** Tanto productores, distribuidores y consumidores son responsables de los daños causados al ambiente.
2. **Reformular:** Permitan reformular los productos de modo que se empleen atributos como reciclabilidad y biodegradabilidad.
3. **Reducir:** Reducir el uso y consumo de materias primas y energía, recurriendo a fuentes renovables y minimizando los residuos durante el ciclo de vida.
4. **Reutilizar:** El reutilizar los productos y sus envases, empaques y/o embalajes es una muestra de la vía compatible de la protección de la naturaleza.
5. **Refabricar:** Indicativo de que el refabricar es una manera de buscar procedimientos de menor impacto.

6. **Reciclar:** Depende principalmente de tres factores: el valor del material como residuos, el costo del proceso de reciclaje y la aplicabilidad de la materia prima.
7. **Revalorizar energéticamente:** es una alternativa para no perder de vista, en función de las desventajas de los recursos energéticos no renovables.
8. **Rediseñar:** Se deben rediseñar los productos, equipos y procesos, incorporando sistemas que eleven la eficiencia ambiental.
9. **Recompensar:** Las organizaciones ya adoptan diferentes tipos de incentivos: económicos y de reconocimiento.
10. **Renovar:** También debemos renovar apoyados por las prácticas actuales para que no reflejen una mentalidad lineal, apoyada a la naturaleza.

Las principales características de la economía circular en un ciclo de desarrollo continuo positivo que preserva y aumenta el capital natural, optimiza los rendimientos de los recursos y minimiza los riesgos del sistema, gestionando stocks finitos y flujos renovables. Funciona de manera efectiva a cualquier escala según (Cerdá, 2017).

a) Preservar y aumentar el capital natural, controlando los stocks finitos y equilibrando los flujos de recursos renovables.

b) Optimizar el rendimiento de los recursos, circulando siempre productos, componentes y materiales en su nivel más alto de utilidad, en los ciclos técnico y biológico.

c) Promover la efectividad del sistema, haciendo patentes y proyectando eliminar las externalidades negativas.

Cabe recalcar, que el autor (Falappa, 2019) nos da entender que Economía Circular y Economía Lineal, las principales diferencias entre ambos sistemas y los beneficios económicos y ambientales del nuevo sistema designa un modelo económico que tiene como principio base el desecho de los productos tras su utilización. De acuerdo con este modelo, casi todos los productos tienen ciclo lineal, que es iniciado con la extracción de las materias primas, el procesamiento y transformación en productos, su distribución y venta, su utilización y, finalmente, su desecho como residuos.

Debido a este enfoque, muchos desafíos del CBMI no se abordan. Formalmente, solo la fase de integración es abordada correctamente con una descripción extensa del Canvas y cómo usarlo. (Osterwalder, 2010). Debido a su gran parecido con el BMC original (Osterwalder, 2010) muchas herramientas y métodos del Business Model Generation (2010) son aplicables a la vez. Además, debido a que la herramienta se desarrolla como un juego, se ha prestado mucha atención al lado del proceso y aspectos prácticos del CMI.

14.3 DISCUSIÓN

Otro de los puntos que se pudo evidenciar es la implementación de los tipos de modelos de negocios, dado que el autor Sparviero considera que la función primordial del modelo Canva nos permite generar ideas claras dentro de un proyecto, mientras

que el autor Estévez menciona que el modelo ReSOLVE se especifica en tener iniciativas que prolongue oportunidades dentro de la economía circular. En mi opinión estos modelos de negocios son muy esenciales ya que esto nos beneficia a identificar y ser responsable en los recursos de regenerar, compartir, optimizar e intercambiar entre otros.

Uno de los conceptos generalizados por el autor MacArthur y mi perspectiva en la sociedad va acorde a su opinión en que la economía circular se basa en lograr una optimización de los recursos al máximo, es decir reciclándolos y brindándoles una nueva oportunidad de uso, para así tener una economía mayor equilibrada.

Dentro de las estrategias ambientales de las 10R menciona que el autor Casañas dispone de la misma perspectiva que el autor Pardavé que hasta la actualidad se mantienen en servicios en nuestra vida cotidiana, dado que esto nos encaminará a tener una humanidad más sostenible. Dentro de mi opinión estas estrategias son muy importante en la sociedad ya que esto nos ayuda a generar un equilibrio y minimizar los residuos durante el ciclo de vida. Por últimos tenemos las características de la economía circular que va acorde al autor Cerdá que especifica a tener regenerar los materiales descartados para recrear un orden y de la evolución en la economía circular es procesamiento en los productos, utilización de los residuos. Considero que estos puntos son muy potenciales en el sistema circular y mantengan su valor de utilidad.

CONCLUSIONES

Al hablar de economía circular se hace énfasis a un concepto que está en la mente de la sociedad actual, si bien de una forma imparcial, debido a que se cree que ningún modelo de negocio es lineal al 100% o circular por completo, lo mejor sería llevar al mayor porcentaje de circularidad posible a esos nuevos modelos, en efecto este tipo de economía disminuye costos en la materias primas y tratamiento de residuos, por ende, pude haber un aumento en el segmento de mercado de la empresa, y lo mejor que la nueva imagen de la empresa cambia de perspectiva al contribuir con la responsabilidad social del medioambiente, es decir, la empresa adquiere nuevas ventajas competitivas para su desarrollo empresarial.

Sin embargo, debe tener en cuenta que cada negocio es distinto, por ende, no existe una forma general de llegar a un modelo económico circular, no se ha elaborado de momento ninguno que pueda satisfacer a todos los modelos de negocio. Los modelos más generales, y también los más conocidos son el modelo Canvas y el modelo ReSOLVE, a partir de estos modelos se llega al resto de los planteados, ya que estos buscan satisfacer necesidades olvidadas por estos dos modelos más relevantes.

Finalmente, se cree que cualquier negocio podría utilizar alguno de ellos para acercarse a un modelo circular, siempre y cuando se adapte a las necesidades y especificaciones del mercado en particular, por lo que se considera que se deben manejar uno de estos criterios que permitan la reducción ambiental y buenas prácticas empresariales enfocado a un modelo de economía circular.

Competitive strategies within the framework of circular business models

ABSTRACT

At present, the circular economy has taken various forms and conceptions, adapting a new business model to the processes carried out in an organization is a mandatory practice in Ecuadorian companies that must implement them in order to develop high-quality and low-consumption products or services. of natural resources. The National Government has maintained throughout its management, as one of the main axes of the political agenda, promoting cleaner production in the country, through efficient use of resources and responsible reuse of waste, and that way, protect the environment; This is something that has been launched through the concept of Circular Economy, in which public-private coordinated work is essential to achieve change in the medium and long term. The objective of this research work is to synthesize relevant aspects based on the circular economy that is changing business models, where it goes from being a linear business to a circular one. To carry out this research, the descriptive method was used, obtaining information from secondary sources such as; review of academic articles specifically in Spanish, among others. For purposes, several bibliographical documentary references were taken that were published in the period between 2009 and 2022. As a result, definitions, conceptualizations, principles, application of circular business models are presented, therefore, we have presented an overview about the model changes that apparently any business could use, to get closer to a circular model. Concluding that one of these criteria must be used to allow environmental reduction, intending that the interested reader delve into this topic, through the references that are provided.

Keywords: Circular economy, business models, competitiveness, linear economy, evolution.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aminoff, A., Valkokari, K., Antikainen, M., & Kettunen, O. (2017). *Exploring disruptive business model innovation for the circular economy*. In *International* .
- Casañas, M. (03 de 2021). Obtido de El diario: https://www.eldiario.es/canariasahora/lapalmaahora/opinion/pasar-3-r-10-r_129_7328687.html
- Cerdá, E. (2017). Obtido de Economía Circular: <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/401/CERD%C3%81%20y%20KHALILOVA.pdf>
- Estévez, R. (2016). Obtido de Ecointeligencia: <https://www.ecointeligencia.com/2016/08/resolve/>
- Falappa, M. (2019). Obtido de Uncuyo edu: https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos_digitales/14316/falappa-fce.pdf
- Gete, D. (2015). Obtido de Business Model Canvas: <https://fundacionactivate.org/wp-content/uploads/2015/01/BUSINESS-MODEL-CANVAS.pdf>

- Jabareen, Y. (2009). Sage Journals. 49-62. Obtido de Sage Journals: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/160940690900800406>
- Lozano, R. (2008). "Envisioning Sustainability Three-Dimensionally." *Journal of Cleaner Production* .
- MacArthur. (2017). Obtido de Ellen Foundation: <https://archive.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/concepto>
- Martín Toquero, G. (2020). *uvadoc.uva.es*. Obtido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/41750/TFG-I-1601.pdf?sequence=1>
- OECD. (2020). *OECD*. Obtido de <https://www.oeciunisalle.com/>
- Osterwalder, A. (2010). *Business model canvas. Self published*.
- Pardavé, W. (2010). Obtido de Humanidad sostenible: <http://humanidad sostenible.blogspot.com/2009/09/estrategias-ambientales-de-las-3-r-las.html>
- Reyes, F. (2022). *Edix*. Obtido de <https://www.edix.com/es/instituto/framework/>
- Sparviero, S. (01 de 2019). Obtido de Tandfonline: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19420676.2018.1541011>
- Stahel, W. (2010). *The Performance Economy. Basingstoke, New York: Palgrave*.
- Yang, M., Evans, D., Vladimirova, & Rana, P. (2016). *Value Uncaptured Perspective*.
- Borello, A. (2000). El plan de negocios: de herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo. McGraw-Hill Interamericana.
- De Arma, J., & et al. (2017). Consolidar el modelo de negocio en el lienzo CANVAS. Valledupar: Universidad Nacional Abierta y a Distancia. UNAD.
- Alean, A., Del Río, J., Simancas, R., & Rodríguez, C. (2017). ¿El Emprendimiento como estrategia para el Desarrollo Humano y Social? Saber, Ciencia y Libertad, 107-123.
- Amit, R., & Zott, C. (2001). La creación de valor en el comercio. *Journal of Theoretical and Applied*, 16-27.
- Ardila, T., & Uribe, H. (2017). Modelo de negocios para comercialización de películas yrecubrimientos comestibles en Bucaramanga. *I+D Revista de Investigaciones*, 14 - 24.

CAPÍTULO 15

ECONOMÍA CIRCULAR, UN FACTOR DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Galdea Chávez

Yalitza Lissette¹

Lucas Gómez

Paolo Angelo²

Palacios Meléndez

José Giovanni³

Benavides Rodriguez

Arturo Gustavo⁴

RESUMEN

A lo largo de los años, las empresas han desarrollado sus productos con el fin de atender las necesidades de los consumidores, sin estimar el impacto ambiental, que dicho proceso podría causar. Actualmente, las organizaciones se ven en la necesidad de considerar dicho efecto, dando surgimiento a lo que conocemos como economía

1 yalitza.galdeachavez@upse.edu.ec

2 paolo.lucascgomez@upse.edu.ec

3 jpalaciosm@upse.edu.ec

4 abenavides@upse.edu.ec

circular. Siendo así el objetivo es analizar las implicaciones de la economía circular como factor de desarrollo sustentable del sector productivo. Se recurrió a una investigación de tipo bibliográfica utilizando el método de análisis documental, permitiendo alcanzar una base de datos que incluye fundamentos teóricos de varios artículos que exponen sobre la temática estudiada. Con respecto a los resultados de investigación se evidencia que el modelo de economía circular es una tendencia actual, más no una realidad establecida, y aparece, como un paradigma que genera un desarrollo sustentable en el proceso productivo de las empresas. Dentro de las conclusiones se expone que este sistema, dentro del marco empresarial y ambiental, cumple con las expectativas como modelo de desarrollo sustentable del sector productivo. Aunque para conseguir la sustentabilidad a la que se aspira, de la misma forma, sigue siendo un compromiso de todas las partes involucradas.

palabras-clave: Economía circular, modelo de negocio, factor de desarrollo, sector productivo.

Espacio reservado para la organización del congreso.

INTRODUCCIÓN

A partir de la Revolución Industrial, el sector productivo globalizado ha sido partícipe de la creación a gran escala de productos que promueven el consumo y generan residuos sentenciados a la contaminación ambiental sin un posterior tratamiento enfrentando a la humanidad a una crisis ecológica de gran magnitud. (Arroyo Moroch, 2018) Una solución práctica a los acontecimientos mencionados, es la aclamada economía circular, que debido a su naturaleza actualmente es predominante en el mundo de los negocios. Durán Romero (2019), hace mención a la economía circular como un “modelo productivo que permite negocios sostenibles, en el que los bienes se diseñan para que puedan ser usados más tiempo, ser fácilmente reutilizados, desmontados, remanufacturados o reciclados con el fin de evitar la extracción de nuevos recursos” (pág. 212).

A lo largo de los años, las empresas han desarrollado sus productos con el fin de atender las necesidades de los consumidores, sin estimar el impacto ambiental, que dicho proceso podría causar. Actualmente, las organizaciones se ven en la necesidad de considerar dicho efecto, dando surgimiento a lo que conocemos como economía circular.

Enfatizando a Marcet et al. (2018), podría ser también “el término genérico para definir un nuevo modelo económico que busca mantener los materiales, los productos y sus componentes en procesos circulares, mediante los cuales pueden ser reintegrados en la cadena de valor una vez terminada su vida útil” (pág. 2). Una alternativa lógica y viable a la linealidad de la economía, sin embargo, Arroyo Moroch et al. (2018), mantiene que “la idea de una transición a una Economía Circular no solo equivale a ajustes destinados a reducir los impactos negativos de la economía lineal” (pág. 79).

Por el contrario, constituye un cambio sistemático generador de oportunidades comerciales, y beneficios ambientales y sociales. Garabiza et al. (2021), acota que “como respuesta al modelo de economía lineal tradicionalmente utilizado se presenta el modelo de economía circular, cambiando la línea básica de producción a una circular en la que se reincorporan los residuos al proceso productivo” (pág. 223).

Entendiendo a la economía circular como una condición inexorable para el desarrollo, Burgo Bencomo et al. (2019), es explícita en que: “así la economía circular busca facilitar el desarrollo sostenible, proponiendo diferentes estrategias en toda la cadena de producción y uso de los productos y servicios. Por la razón antes expresada su implantación resulta necesaria en las empresas para impulsar sostenibilidad económica a largo plazo”. (pág. 3).

Pero, desde luego la ampliación de este modelo de negocio en el sector productivo depende de ciertos factores tanto externos como internos, el mundo actual necesita cambiar paradigmas científicos, empresariales y políticos gravemente amenazado por políticas y modelos de desarrollo irracionales, en consecuencia, no inclusivos y amenazantes a la vida en el planeta.

Puesto que, Martínez & Porcelli (2018), cita a que “el sistema de producción vigente se basa principalmente en un proceso lineal de consumo de recursos. Bajo el paradigma “take- make-waste” (“extraer-fabricar-consumir-eliminar”), los bienes son producidos a partir de las materias primas, luego vendidos, utilizados y finalmente desechados como residuos” (pág. 306).

Por consecuente, surge la oportunidad de innovación con el modelo económico circular, pese a no contar con sistemas de prevención del uso excesivo de materias primas, ecodiseño y eco innovación completamente desarrollados. Arroyo Morocho et al. (2018), sugiere que:

Se ha avanzado notablemente en el uso eficiente de materiales y la gestión de residuos, aunque se reconoce de antemano que son necesarios mayores esfuerzos para dar una visión más completa y detallada de los progresos de la Economía Circular hacia el desarrollo sostenible. La nueva tecnología jugará un papel importante en el movimiento del entorno construido hacia la economía circular. (pág. 144).

De acuerdo a estimaciones moderadas del crecimiento poblacional, para el 2050 se requerirían 3 planetas para proporcionar los recursos naturales que garantizan el actual estilo de vida de la humanidad (ONU, 2015). Por este motivo, es imperativo tomar acciones proactivas para revertir el impacto negativo del modelo económico lineal de extraer-producir-usar-desechar sobre sociedad y ambiente.

La economía circular engloba 3 principios fundamentales:

- Eliminar residuos y contaminación desde el diseño.
- Mantener productos y materiales en uso.
- Regenerar sistemas naturales.

(Ellen Macarthur Foundation, 2013)

Es así que el presente artículo se lleva a cabo con el objetivo de analizar las implicaciones de la economía circular como factor de desarrollo sustentable del sector productivo. Siendo este un tema contemporáneo, prometedor, defensor y de gran discusión en el medio sobre su beneficio tanto en el ámbito medioambiental y productivo, sintetizado como una oportunidad y apertura a nuevas plazas de empleo mientras la entidad crece económicamente maximizando la reutilización de recursos naturales no renovables y minimizando desperdicios, por ende, es una valiosa aportación para estudiar y comprender la situación actual referente al tema.

15.1 MATERIALES Y MÉTODOS

El presente artículo resolvió la utilización de una investigación de tipo bibliográfica, citando textualmente las palabras de Reyes Ruiz, & Carmona Alvarado (2020), quienes lo definen como: “una de las técnicas de la investigación cualitativa que se encarga de recolectar, recopilar y seleccionar información de las lecturas de documentos, revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos, artículos resultados de investigaciones, memorias de eventos, entre otros” (pág. 3).

Esta metodología permite entonces, englobar los temas relacionados al estudio de modelos de negocio con economía circular, y si son sistemas de desarrollo sustentables con el fin de determinar la influencia de este sistema, en los procesos productivos de las empresas del siglo XXI, identificando las características del concepto suscitado, del análisis y revisión de la información encontrada.

La recolección de información está basada en técnicas de análisis documental, teniendo como principal recurso la gestión bibliográfica, permitiendo establecer una base de datos que incluye fundamentos teóricos de varios artículos que exponen el debate sobre la aparición de la economía circular como modelo de negocio sustentable, conceptos, estudios, análisis de casos, y temas relacionados con las palabras claves descritas anteriormente. Siendo de esta manera, la base de datos, dada la modalidad de estudio, la totalidad de la población y de la muestra.

Finalmente, añadir que para el proceso de selección de artículos se tomó como criterios de selección, revistas actualizadas, de acuerdo con el rango establecido, dentro de la línea de negocios, publicaciones de alto impacto y revistas indexadas. En este caso se ha considerado la revisión de diez artículos para el desarrollo de los resultados del trabajo.

15.2 RESULTADOS

Carrillo González & Pomar Fernández (2021), en su estudio titulado “La economía circular en los nuevos modelos de negocio”, tiene por objetivo el análisis del contexto que impulsa a las empresas a optar por un negocio que se preocupe por el medioambiente, teniendo como variable principal al consumidor; utilizando un análisis cualitativo y exploratorio, han emanado como resultado que los nuevos consumidores, ante la interacción e información que alcanzan por la comunicación tecnológica en redes, son cada vez más conscientes de la realidad ambiental en la que vivimos, además que el contexto pandemia por Covid 19, llevó a la humanidad a crear consciencia sobre ciertos hábitos diarios. Surgiendo así, la economía circular como alternativa para las empresas, de la perspicacia de los dueños, pero también empujados por la presión de los consumidores, que consideran esta tendencia más atractiva a sus necesidades.

Los modelos de negocio circular se originan por el contexto que se atraviesa, tanto por la demanda de los clientes como por la necesidad tecnológica de innovar. Los autores destacan que este nuevo sistema es necesario, aun así, enfatizan que es vital la inserción de cambios graduales y transformacionales en el mismo, que permitan establecer con éxito este arquetipo de negocio. Además, se menciona la necesidad del cambio, no solo dentro del mismo modelo, sino del contexto que se desarrolla, sobre todo en el estilo de vida cultural tanto de las personas y empresas, que se comprometan a alcanzar la sustentabilidad como un bien común.

En la Tabla 1, 2 y 3. se muestran las variables de DISRUPT con la definición adaptada para Ecuador así como también su relevancia para transformar la economía informal hacia trabajo digno, y promover nuevas formas de producción y consumo.

Tabla 1. Economía circular a la realidad ecuatorina: diseñar para el futuro

Marco Disrupt	Definición adaptada para Ecuador	Transformar la economía informal hacia trabajo digno	Promover nuevas formas de producción y consumo
Diseñar para el futuro.	Emplear una visión sistémica al diseñar productos y servicios para durar y reciclar.	Aprender prácticas basura cero de comunidades indígenas, además de biomímesis reconociendo estos saberes a través de patentes y su fortalecimiento productivo.	Fortalecer capacidades para aplicar ecodiseño y ecoinnovación Aplicar responsabilidad extendida del productor e importador.

Acosta Pérez et al. (2020), acotan en una investigación de literatura científica y otras fuentes de información, en su trabajo de investigación denominado “La economía circular como contribución a la sostenibilidad en un destino turístico cubano de Sol y Playa”, en el mismo buscan destacar la importancia de la economía circular para generar prosperidad económica, proteger el medioambiente y prevenir la contaminación en el sector.

En los resultados el sector turístico aparece en un ciclo destructivo y frágil y la exploración de recursos para su desarrollo económico perjudicaría su desarrollo futuro.

De allí, nace la importancia en que el destino turístico cubano de sol y playa continúe buscando prácticas turísticas contribuyentes a su sostenibilidad.

Tabla 2. Economía circular a la realidad ecuatorina: incluir digitalización

Marco Disrupt	Definición adaptada para Ecuador	Transformar la economía informal hacia trabajo digno	Promover nuevas formas de producción y consumo
Incluir digitalización.	Implementar la tecnología no como objetivo sino como un medio de monitoreo del avance, favorecer el intercambio de información y mejorar las condiciones de trabajo y vida.	Facilitar el intercambio de información por plataformas, bases de datos y sistemas de información	Mejorar la trazabilidad y transparencia de abastecimiento sostenible, durabilidad, reparabilidad, reciclabilidad y reciclaje efectivo.

Aun así, se proponen métodos sostenibles en el desarrollo productivo como el reciclaje de desechos, y el tratamiento de aguas residuales, siendo reutilizables en el riego de jardines. Los autores aseveran que implantar el modelo de economía circular necesita respaldo totalitario, por lo tanto, esto equivaldría al abandono total del modelo lineal tradicional, sin embargo, la implementación holista es una irrealidad, puesto que escasas son las normas que salvaguarden este sistema. La resistencia al cambio de las empresas, sociedades, y gobiernos sería la razón principal por la que mencionan, no se ha logrado impeler completamente en los negocios actuales.

Zamora & Hinojosa (2019), plantean un trabajo de investigación aplicada, siendo un estudio de caso de producción minera, con el título “Economía circular en minería - caso de estudio: producción minera de Concentrados de Pb-Ag-Zn en Bolivia”, que tiene por objeto lanzar una propuesta, utilizando el modelo de economía circular, en el proceso de explotación minera, manejando de manera íntegra los residuos mineros, los residuos orgánicos y aguas residuales generados en la etapa de explotación, y en los campamentos mineros respectivamente, para así, no sólo disminuir los consumos de agua y energía en la operación, sino disminuir los costos vinculados.

Tabla 3. Economía circular a la realidad ecuatorina: repensar los modelos

Marco Disrupt	Definición adaptada para Ecuador	Transformar la economía informal hacia trabajo digno	Promover nuevas formas de producción y consumo
Repensar modelos de negocio.	Desmaterializar productos y servitización.	Fomentar modelos de negocio de reuso y mercados de segunda mano.	Digitalizar los servicios desde lo público como ejemplo, y servitización de productos de ciclos técnicos.

Con este trabajo han demostrado que, dentro de este campo en específico, con el desarrollo de los procesos extractivos y la utilización de los residuos de manera eficiente y reutilizable, midiendo adecuadamente el impacto negativo, con soluciones innovadoras pertinente, se puede conseguir resultados satisfactorios, tanto ganancias económicas, como un impacto social y ambiental positivo.

Ortíz Palomino & Fernández Bedoya (2021), plantea un estudio de revisión sistemática, el rótulo del mismo es “Economía circular en Sudamérica. Una revisión sistemática de evidencias en Scielo y Redalyc, 2018-2020”, como su nombre lo anuncia, se busca demostrar la aplicación de la economía circular en Sudamérica que ha sido divulgada a través de las revistas citadas en el periodo de estudio.

Los estudiadores en sus resultados, no solo lograron evidenciar mediante investigaciones previas a la aplicación de este sistema en el objeto de estudio, sino que lograron estratificar los diversos enfoques aplicados, siendo en su mayoría de modalidad cualitativa. Además añadir, que dentro de los tres enfoques encontrados, cualitativos, cuantitativos y mixtos todos los autores estuvieron en concordancia de que el uso de prácticas de economía circular, no solo aportan beneficios medioambientales, sino que las empresas verán maximizar sus ingresos ante diversos factores. Entre estos describe, el incremento de las ventas, la atracción de nuevos clientes, y la reducción de los costos de fabricación.

Hernández Pajares et. al (2021), presenta un estudio realizado en Perú, nombrado “Análisis de información y factores de desempeño ambiental y de economía circular en empresas peruanas”, este trabajo cuantitativo de naturaleza exploratoria, con alcance descriptivo, tiene por objeto el análisis del nivel de divulgación de información de desempeño ambiental de acuerdo con la Global Reporting Initiative (GRI) y las prácticas de economía circular (EC).

Los resultados alcanzados destacan la importancia de la economía circular como impulsora del desarrollo sostenible y sustentable, no solo de las empresas, sino de las sociedades en general. Sin embargo, resalta de la misma manera, que la inexistencia de leyes e incentivos por parte de instituciones gubernamentales y privadas, limita poder despegar este tipo de negocio, sobre todo en sus actividades operativas. Algunos directivos divagan en el uso de prácticas ambientales, pero no se plantea como un sistema integral, ni como una estrategia que lidere el curso de la empresa.

Valenzuela Inostroza et al. (2019), expone como título del artículo un “Diseño de la cadena logística inversa para modelos de negocio con economía circular”, siendo una propuesta para minimizar los costos de reciclaje con la correcta selección de instalaciones para el procesamiento de plásticos y la cantidad de plantas reprocesadoras. Teniendo por objetivo minimizar los costos del transporte, y, maximizar las utilidades de la venta de la materia prima generada, para el beneficio de los distintos stakeholders.

Los resultados en esta investigación fueron exitosos, y se dieron solución a las interrogantes planteadas, en la implantación de centro de reciclaje y manufactura con éxito, y buenos resultados financieros. Siendo un modelo en la capacidad de selección de plantas de reproceso ha implantar, además, identificando fallos para próximos trabajos a realizar en esta línea. Es así que los resultados concluyen en el plástico como una opción revalorizante, convirtiéndose en un factor productivo sustentable.

Smitskikh et al. (2020), dentro de su investigación denominada “The model of social entrepreneurship dynamic development in circular economy” utilizan una metodología abstracta lógica a través del análisis de modelos de negocios organizaciona-

les. Este informe busca principalmente la interrelación de lo que plantean como emprendimiento social, siendo un mecanismo eco amigable con los recursos utilizados, y la economía circular, con su sistema de reutilización, para fomentar así un modelo dinámico eficiente.

Es así que, dentro de lo que economía circular respecta, los resultados del trabajo lo consideran un factor determinante para el desarrollo sustentable a largo plazo del emprendimiento social, siendo este último concepto, parte intrínseca de lo que establece un sistema íntegro de circularidad, que consiste en el mantenimiento del entorno favorable, la renovación de los recursos naturales, la reproducción del capital humano y la consecución de la justicia social.

Lotero Álvarez (2018), presenta un trabajo investigativo con el título “La gestión de la calidad de los proyectos bajo la perspectiva de la Economía Circular”, que tiene por objeto la descripción de conceptos teóricos y bibliográficos de características de la gestión de calidad, bajo la perspectiva de considerar la responsabilidad social corporativa y la economía circular. La aplicación metodológica consistió en un trabajo descriptivo analítico, con base relacional.

Efectivamente dentro de todo proceso productivo, no puede quedar al margen de que, si el mismo, cumple con estándares de calidad, que satisfagan las necesidades de los consumidores, y de las entidades que regulan dicho carácter. Todo procedimiento debe cumplir con criterios deseados, y al implementar un modelo de economía circular, nace la interrogante de que si, el producto o servicio continuará brindando el mismo nivel de satisfacción. Los resultados de este artículo comprobaron que los modelos de economía circular aportan a la construcción de criterios de calidad, siguiendo principios establecidos en la Norma ISO 26000 referentes a la responsabilidad social empresarial, y la Norma ISO 9001 de gestión de calidad.

De esta manera el presente trabajo es fructífero para la formulación de posteriores proyectos, demuestra formas eficientes de conseguir desarrollo sostenible, y económico de establecer en una empresa, además de cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible a largo plazo, contribuye de gran manera a la sociedad y el mundo en general. Se logra obtener productos de calidad, procesos productivos amigables con el medioambiente y de la misma manera cumple estándares internacionales en ambos ámbitos.

Geywitz Bernal (2020), publicó un trabajo de sumo interés científico con título “Economía Circular. Implantación en Ingeniería, Fabricación y Diseño Industrial”, investigación que tiene por objeto brindar enseñanzas y preceptos de economía circular, por parte de un grupo de docentes que busca, revelar esta modalidad como una enseñanza de relevancia, al ser un tema de tendencia. Con esto buscan que las nuevas generaciones, sean los denominados “agentes de cambio” para la sustentabilidad que no se ha logrado conseguir tanto en procesos productivos, como del lado del consumidor.

Dentro del marco de ingeniería industrial, buscaron diseñar, modelos en esta línea, aplicación de ecodiseño, producción a escalas limitadas, y tecnologías 4.0 entre otras. Como se mencionó, este proyecto aún está en etapa de implantación, pero pro-

mete ser un cambio importante en esta línea, y en el marco de la enseñanza y formación, para que desde la especialización, se promulgue conceptos de economía circular y sustentabilidad que permitan partir con una base subyacente.

Oblitas Cruz et al. (2019), en su estudio “Economía circular en residuos de aparatos eléctricos y electrónicos” tiene por objetivo el análisis de la economía circular como una estrategia en el manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, con la aplicación de una metodología descriptiva, no experimental, obtuvo como resultado que la economía circular es immesuradamente una alternativa adecuada para el progreso, planificación y gestión de desechos de fragmentos computacionales, además se observó una percepción positiva a este tipo de productos de acuerdo a las necesidades de cómputo de los usuarios.

15.3 DISCUSIÓN

Efectivamente, después del análisis puntual en los resultados de investigación se testifica que el modelo de economía circular es una de las tendencias del siglo XXI, y aparece, como un paradigma, que busca generar un desarrollo sustentable en el proceso productivo de múltiples empresas. Aun así, se desconoce si es aplicable a todo tipo de negocio, estaría por corroborarse en próximos estudios si, este modelo sería perfectamente aplicable, y sostenible para las economías sin estratificación alguna.

El camino por recorrer es largo y por consecuente, amortiguador, varios enigmas por resolver, por ejemplo, si más empresas estarían dispuestas a renunciar al modelo tradicional, y apostar por una propuesta de valor medioambiental; o si los gobiernos estarían dispuestos a comprometerse a impulsar estas ideas de negocio.

Puesto que el modelo de economía circular aún no es una realidad, las preguntas serían si en algún momento todos los actores involucrados estarían dispuestos a optar por este tipo de negocio, que se volvería inclusive un nuevo sistema de vida para el mundo y cambiaría el paradigma actual. Dependerá mucho de cómo evolucione la situación en los próximos años, la tendencia indica que el mundo nos obliga a utilizar este modelo de negocio para subsistir.

CONCLUSIONES

La revisión bibliográfica es un indicador a que la economía circular dentro del marco empresarial y medio ambiental, cumple con las expectativas como factor de desarrollo sustentable en el sector productivo, las implicaciones teóricas como los análisis de los casos estudiados son fuente fiable de respaldo y discusión.

Por consiguiente, la ejecución de diversos análisis reflejados en artículos con enfoque direccionado a sectores productivos globalizados concretó características similares y puntuales de la economía circular, se destaca que como modelo teórico su éxito es prometedor, tanto en el área ambiental como en el ámbito empresarial, dado que los réditos económicos para las empresas están garantizados, pues trabaja en paralelo

bajo los principios de optimizar el uso de los recursos y fomentar la eficacia y eficiencia en los sistemas, además con la pretensión de ser un modelo tentador para los consumidores.

Desde el punto de vista del caso práctico planteados en los artículos, el análisis del modelo circular aplicado en distintos procesos productivos estimuló resultados de éxito, para el medioambiente como para el negocio, sin embargo, cada empresa se desempeña de una manera diferencial, por lo que no se puede aseverar completamente, que la aplicación de este sistema vaya a conseguir resultados equivalentes.

Por último, acotar y destacar, que la correcta implementación de este modelo de negocios innovador, trae consigo beneficios, que podrían significar grandes avances en la humanidad, sobre todo ante la problemática medioambiental que atraviesa, para conseguir la sustentabilidad a la que se aspira, aunque de la misma forma, sigue siendo un compromiso de todas las partes involucradas.

Circular economy, a factor of sustainable development.

ABSTRACT

Over the years, companies have developed their products in order to meet the needs of consumers, without estimating the environmental impact that such a process could cause. Currently, organizations need to consider this effect, giving rise to what we know as the circular economy. Thus, the objective of this article is to analyze the implications of the circular economy as a factor of sustainable development of the productive sector. Bibliographical research was used using the documentary analysis method, allowing to obtain a database that includes theoretical foundations of several articles that expose on the subject studied. Regarding the research results, it is evident that the circular economy model is a current trend, but not an established reality, and appears as a paradigm that generates sustainable development in the productive process of companies. Within the conclusions it is stated that this system, within the business and environmental framework, meets expectations as a model of sustainable development of the productive sector. Although to achieve the sustainability to which it aspires, in the same way, it continues to be a commitment of all the parties involved.

Keywords: Circular economy, business model, development factor, productive sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arroyo Morocho, F. R. (2018). La economía circular como factor de desarrollo sostenible del sector productivo. *Revista NNOVA Research Journal*, 3(12), 78-98. doi:10.33890/innova.v3.n12.2018.786
- Arroyo Morocho, F. R., Bravo Donoso, D. N., & Rivera Valenzuela, M. A. (2018). Economía circular: un camino hacia un Quito más sostenible. *Revista INNOVA Research Journal*, 3(11), 139-158. doi:10.33890/innova.v3.n11.2018.767

- Durán Romero, G. (2019). Progresando hacia un modelo de economía circular. *Revista Economía y Medioambiente*(169), 211-215.
- Acosta Pérez, I., Marrero Delgado, F., & Espinosa Martínez, J. (2020). La economía circular como contribución a la sostenibilidad en un destino turístico cubano de sol y playa. *Estudios y perspectivas en turismo*, 406-425.
- Burgo Bencomo, O. B., Gaitán Suazo, V., Yanez Sarmiento, J., Zambrano Morales, Á. A., Castellanos Pallerols, G., & Estrada Hernández, J. A. (2019). La Economía circular una alternativa sostenible para el desarrollo de la agricultura. *Revista Espacios*, 40(13).
- Carrillo González, G., & Pomar Fernández, S. (2021). La economía circular en los nuevos modelos de negocio. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 9(23).
- Garabiza, B. R., Prudente, E. A., & Quinde, K. N. (2021). La aplicación del modelo de economía circular en Ecuador: Estudio de caso. *Revista Espacios*, 42(2), 222-237. doi:10.48082/espacios-a21v42n02p17
- Geywitz Bernal, S. (2020). Economía Circular. Implantación en Ingeniería, Fabricación y Diseño Industrial. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (87), 288-295.
- Hernández Pajares, J., & Yagui Nishii, V. (2021). Análisis de información y factores de desempeño ambiental y de economía circular en empresas peruanas. *Comuni@cción*, 37-52.
- Lotero Álvarez, L. (2018). La gestión de la calidad de los proyectos bajo la perspectiva de la Economía Circular. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12, 71-88.
- Marcet, X., Marcet, M., & Vergés, F. (2018). Qué es la economía circular y por qué es importante para el territorio. *Revista Papeles del Pacto Industrial*(4).
- Martínez, A. N., & Porcelli, A. M. (2018). Estudio sobre la economía circular como una alternativa sustentable frente al ocaso de la economía tradicional (primera parte). *Revista Lex de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Alas*, 16(22), 303-333. doi:10.21503/lex.v16i22.1659
- Ortíz Palomino, M. E., & Fernández Bedoya, V. H. (2021). Evidencias de economía circular en Sudamérica. Una revisión sistemática en las bases de datos Scielo y Redalyc, 2018-2020. *Espíritu Emprendedor*, 13-28.
- Reyes Ruiz, & Carmona Alvarado. (2020). La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. *Universidad Simón Bolívar*, 3.
- Smitskikh, K., Titova, N. Y., & Shumik, E. (2020). The model of social entrepreneurship dynamic development in circular economy. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(5), 248-253.
- Valenzuela Inostroza, J., Espinoza Pérez, A., & Alfaro Marchant, M. (2019). Diseño de la cadena logística inversa para modelo de negocio de economía circular. *Ingeniería Industrial*, 306-315.

Zamora, G., & Hinojosa, O. (2019). Economía circular en minería-caso de estudio: producción minera de Concentrados de Pb-Ag-Zn en Bolivia. *Revista de Medio Ambiente y Minería*, 03-17.

CAPÍTULO 16

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN MARKETING PARA LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Hermelinda Del Rocio Cochea Tomala¹

RESUMEN

La gestión de las pequeñas y medianas empresas (en adelante pymes) constituye uno de los procesos más significativos en los momentos actuales de la economía, mediada por el uso de las tecnologías de la información y comunicación en etapa pandémica del covid-19 (Pereira, 2019). Las cuales se han constituido en punto de debates para muchos países, promoviendo el fortalecimiento de las empresas, generando una diversidad de posturas acerca de la importancia de las estrategias de marketing digital en la gestión de pequeñas y medianas empresas. En una primera dimensión se encuentran las posturas de quienes conciben el marketing digital como una herramienta holista dirigida a promover la innovación integral en la gestión, alcanzar mayor visibilidad, competitividad y utilidad (Kotler, 2016 y Striedinger, 2018) y una segunda dimensión los que plantean la gestión tradicional de las pymes donde el marketing digital sigue siendo una estrategia no considerada en los modelos de gestión de las pymes (Restrepo y Hernández, 2020).

¹ orcid.org/0000-0002-3108-0504

Frente a estas posturas se realiza una revisión de la literatura acerca de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión de las pequeñas y medianas empresas, con el ánimo de determinar el impacto que tiene el marketing en las pymes y conocer la resistencia de las empresas con una cultura tradicional que no les ha permitido asumir y aplicar nuevas estrategias de desarrollo, articulando las comunicaciones y la tecnología como mecanismo de elevar los niveles de ingreso económicos mediante la aplicación de estrategias de marketing digital 2.0 (Ávila et al; 2019).

La disyuntiva entre el cambio y la resistencia a las nuevas estrategias mediadas por la tecnología de la información y comunicación, motivo la revisión de literatura especializada que llevó a dar respuesta a la siguiente interrogante ¿Cuál es la importancia de la tecnología de la información y comunicación en las estrategias de marketing digital para la gestión de las pequeñas y medianas empresas? que orienta el objetivo general dirigido a revisar en la literatura de los últimos diez los antecedentes que plantean la importancia del estudio de las estrategias de gestión de las pymes.

El presente artículo metodológicamente se desarrolla mediante un estudio de tipo referencial aplicando las diferentes técnicas de revisión de la literatura especializada empleada para el análisis la lectura crítica. Se examinan artículos especializados que han permitido la comprensión integral de los avances del uso de las estrategias del marketing digital en la gestión de las pequeñas y medianas empresas, desde el abordaje de posturas y controversias de los diferentes autores acerca de los de los cambios organizacionales o resistencia al uso de las estrategias del marketing digital en las pymes.

El presente artículo de revisión se estructura en seis momentos. En un primer momento se describe la metodología seguida en la revisión de la literatura, en el segundo momento se presentan el estado del arte de la investigación, las conceptualizaciones acerca de estrategias de marketing digital e importancia de la gestión de las pequeñas y medianas empresas. En el tercer momento se abordan los enfoques determinantes del marketing digital en las pymes e importancia en la gestión de las mismas. En el quinto momento se presentan los resultados que se configuran de la revisión de la literatura y el sexto momento recoge los aportes más significativos y la visión prospectiva de la temática.

Palabras clave: Gestión, empresas; tecnologías, comunicación, marketing

ABSTRATO

A gestão de pequenas e médias empresas (doravante PME) constitui um dos processos mais significativos nos momentos atuais da economia, mediada pela utilização das tecnologias de informação e comunicação na fase de pandemia da covid-19 (Pereira, 2019). Que se tornaram ponto de debate para muitos países, promovendo o fortalecimento das empresas, gerando uma diversidade de posicionamentos sobre a importância das estratégias de marketing digital na gestão de pequenas e médias empresas. Numa primeira dimensão estão as posições daqueles que concebem o

marketing digital como una herramienta holística que visa promover a inovação integral na gestão, alcançando maior visibilidade, competitividade e utilidade (Kotler, 2016 e Striedinger, 2018) e numa segunda dimensão aqueles que propõem o tradicional gestão de PME onde o marketing digital continua a ser uma estratégia não considerada nos modelos de gestão de PME (Restrepo e Hernández, 2020).

Frente a essas posições, é realizada uma revisão da literatura sobre tecnologias de informação e comunicação na gestão de pequenas e médias empresas, com o objetivo de determinar o impacto que o marketing tem nas PMEs e conhecer a resistência das empresas. com uma cultura tradicional que não lhes permitiu assumir e aplicar novas estratégias de desenvolvimento, articulando comunicação e tecnologia como mecanismo para elevar os níveis de renda econômica por meio da aplicação de estratégias de marketing digital 2.0 (Ávila et al; 2019).

O dilema entre mudança e resistência a novas estratégias mediadas pela tecnologia da informação e comunicação, motivou a revisão da literatura especializada que levou a responder a seguinte questão: Qual a importância da tecnologia da informação e comunicação nas estratégias de marketing digital para a gestão de pequenas e médias empresas? empreendimentos? que norteia o objetivo geral que visa revisar na literatura dos últimos dez os antecedentes que levantam a importância do estudo das estratégias de gestão das PMEs.

Metodologicamente, este artigo desenvolve-se por meio de um estudo do tipo referencial aplicando as diferentes técnicas de revisão da literatura especializada utilizadas para a análise da leitura crítica. São examinados artigos especializados que permitiram a compreensão abrangente dos avanços no uso de estratégias de marketing digital na gestão de pequenas e médias empresas, a partir da abordagem de posições e controvérsias dos diferentes autores sobre as mudanças nas organizações ou resistência à o uso de estratégias de marketing digital em PMEs.

Este artigo de revisão está estruturado em seis momentos. Em um primeiro momento, descreve-se a metodologia seguida na revisão de literatura, no segundo momento, apresenta-se o estado da arte da pesquisa, as conceituações sobre estratégias de marketing digital e a importância da gestão de pequenas e médias empresas. No terceiro momento, são abordadas as abordagens determinantes do marketing digital nas PMEs e sua importância na sua gestão. No quinto momento são apresentados os resultados que se configuram a partir da revisão de literatura e o sexto momento recolle as contribuições mais significativas e a visão prospectiva do assunto.

palavras-chave: Gestão, empresas; tecnologias, comunicação

16.1 INTRODUCCIÓN

El objetivo central del artículo está dirigido a analizar la gestión de las pequeñas y medianas empresas mediadas por tecnologías de información y comunicación en marketing. De allí se realiza una revisión de los estudios significativos publicados en revistas especializadas de carácter científico en los últimos 10 años, periodo 2012-2022, con el fin de configurar las posturas asumidas por los investigadores con respecto a la temática que se debate en el artículo que se presenta.

La revisión de la literatura tiene como propósito informar el resultado de la investigación (Mutt, 2013). En el estudio se maneja como el conjunto de técnicas, que forman parte de la metodología de la investigación científica que facilita la sistematización ordenada de investigaciones que llevan al análisis de las posturas acerca de la importancia en la gestión de las pequeñas y medianas empresas de las estrategias de marketing digital.

El universo de estudio estuvo representado por artículos en español como en inglés publicado durante el período 2012-2022, dispuesto en las bases de datos como, *Dialnet*, *Scopus*, *Scielo*, *Redalyc*, Google Académico. Así como, en revistas de alto impacto listadas en el *Journal Citation Report (JCR)*, las cuales fueron consultados para su búsqueda mediante los operadores booleanos las palabras claves o categorías de análisis de investigación, representadas por: estrategias, marketing digital, gestión, desarrollo organizacional, pequeñas y medianas empresas. Se realiza la consulta de obras clásicas del marketing digital, gestión de empresas y desarrollo organizacional.

Para el tratamiento muestra se utilizó el gestor bibliográfico Mendeley con el objetivo de almacenar de manera ordenada la información. La organización de la información permitirá diferenciar las fuentes primarias y secundarias.

Por último, el análisis de la información permitirá el reconocimiento de la problemática planteada a través de la identificación de los principales documentos relacionados con la importancia en la gestión de las pequeñas y medianas empresas de las estrategias de marketing digital, tomando en cuenta número de citas, metodologías de abordaje y resultados obtenidos.

Siguiendo los criterios de Calle (2016) la revisión de la literatura sigue los siguientes criterios que fueron adoptados para la revisión de la literatura que se presenta en la investigación: identificación de los autores, año de la publicación, título, objetivos, metodología, conclusiones y recomendaciones de forma sucinta de cada uno de los artículos científicos revisados y tomados como muestra para el estudio.

16.2 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN: MARKETING DIGITAL EN LA GESTIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.

En este apartado se asume el recorrido por las investigaciones realizadas durante el período 2012-2022, acerca de las estrategias de marketing digital e importancia en la gestión de las pequeñas y medianas empresas, en las que se aborda la revisión de dimensiones y terminologías claves: marketing digital, gestión, desarrollo organizacional, pequeñas y medianas empresas, las cuales se han agrupado en dimensiones de análisis que se desarrollan en apartados y sus apartados.

El uso de las tecnologías de la información y comunicación ha penetrado en todos los sectores y áreas de desarrollo del país, sin límites físicos que impida el avance y su desarrollo en todos los espacios. De acuerdo con Zambrano (2017). Las tecnologías de la información y comunicación en las Pymes juegan un rol fundamental para el logro

de cada uno de los procesos de gestión en una organización, determinándose en algunos casos que los propios administradores y gerentes demuestran con la toma de decisiones gran resistencia al cambio.

Las Pymes necesitan de tres elementos principales que lleva a considerar el funcionamiento de las tecnologías, lo que se llama arquitectura tecnológica, definida por los sistemas operativos, bases de datos, e infraestructura, redes y seguridad. Del mismo modo, la importancia de los sistemas de información de oficina, y talento humano formado Manitio y Duque (2014)

Delgado y Simao de Paula (2015). Refiere que una de las principales funciones que cumplen las tecnologías en las empresas es el intercambio de información de modo seguro entre personas e instituciones haciendo uso de la diversidad de herramientas en la resolución de problemas y dinamización de la empresa.

Experiencia de investigación abordada por Jones, et al (2016) acerca de la gestión estratégica de las tecnologías de la información y comunicación y adopción del comercio electrónico en Mipymes de Córdoba, Argentina señala: la productividad en las organizaciones requiere enfocarse en los insumos (entrada) y productos (salida), con la finalidad de orientar los esfuerzos hacia la mejora de las actividades operacionales, y logro de objetivos estratégicos de liderazgo en el mercado y rentabilidad del sector.

Desde la perspectiva de la gestión empresarial, mediada por la tecnología de la información y comunicación, como estrategia de gestión. El marketing digital, se define como un proceso social dirigido a la satisfacción de necesidades, deseos, motivaciones de los individuos y organizaciones, para la creación, planificación, intercambio, competitividad y servicios del producto que ofrece (Perdigón et al. 2018).

Este concepto destaca tres elementos claves del marketing digital representado por la necesidad, producto e intercambio. El concepto de necesidad evidencia las motivaciones, demandas, exigencias del comportamiento del comprador, el consumidor o cliente de las Pymes, el concepto de producto que impulsa los modos de acción, producción y organización de los productos, el intercambio pone en juego los mecanismos de equilibrio entre la oferta y la demanda.

Para otros autores el marketing digital es un fenómeno global (López, et al. 2018) que no ha logrado impactar en la gestión tradicional de las PyMES, ámbito en el cual ha sido poco desarrollado el marketing digital, siendo los principales factores que impactan su desarrollo y apropiación como herramienta de gestión el miedo al cambio, la resistencia a la apropiación de nuevos modelos para promover el desarrollo de la empresa. Así el desconocimiento de las ventajas de las estrategias de marketing como la limitada capacitación y formación en su aplicabilidad. Situación que no les permite el aprovechamiento de los dispositivos y aplicaciones móviles, considerados cada día de mayor importancia por la publicidad y el comercio electrónico. Para Vega, et al. (2018) los consumidores y/o clientes asumen cada día actitudes y comportamientos cada día de mayor exigencia, por cuanto plantean que las tecnologías digitales tienen mayor acceso a la información de los productos de su interés disponibles en internet, y se relacionan constantemente con otras personas e intercambian opiniones sobre los productos y los servicios.

(Bojórquez, et al; 2017) el marketing es una actividad de comercio electrónico que facilita la comercialización de productos de una empresa, empleando medios tecnológicos para llevar las ventajas del producto a los clientes, sin embargo, a pesar de todos los beneficios que tiene la mercadotecnia digital, por la naturaleza de las pymes normalmente desconocen estas herramientas o se les dificulta su empleo, por lo que existe gran oportunidad para los microempresarios de hacer crecer sus negocios además de sobrevivir en el mercado. Se considera que las pymes pueden llegar a ser competitivas, siempre que estas tengan presencia digital y utilice motores de búsqueda para su optimización.

(Carrión, et al; 2016) En las posturas tradicionales del concepto de las pymes prevalece un modelo de gestión cuya esencia es la supervivencia, la misma tiene explicación en su génesis familiar, en Estados Unidos, el 40% de las pequeñas y medianas empresas se extinguen antes de los 5 años, las dos terceras partes logran mantenerse y solo 12% sobrevive a la tercera generación. Su principal herramienta de mercadeo son los clientes locales y aquellos que han logrado mantener a lo largo de los años de supervivencia de las pymes.

16.3 IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DIGITALES EN LA GESTIÓN DE LAS PYMES

(Aguirre y Rozo, 2017) el principal éxito del posicionamiento de las Pymes en el mercado se debe al uso de las estrategias digitales, las cuales le han llevado a alcanzar nivel de conocimiento en los clientes y aumentar la popularidad de las mismas. Para Striedinger (2018) el marketing digital transforma la gestión de la Pymes. De allí que, las herramientas modernas de impacto global es el marketing digital, considera una estrategia integradora que contribuya a fortalecer las pequeñas y medianas industriales de todos sectores económicos y sociales. En este ámbito de gestión y emprendimiento el marketing digital bajo el concepto de canal de comunicación emplea medios digitales, convirtiéndose en la mezcla de la mercadotécnica. En la investigación se exponen las ventajas de las empresas que lo practican.

Camacho (2018) en estudio sobre el marketing digital en las Pymes, expresa el impacto que tiene las pymes en la economía, la cual no está ajena a los cambios y transformaciones derivadas de las tecnologías de la comunicación y la información con el propósito de dinamizar el comercio. En este contexto se indaga el nivel de conocimiento que tienen las pequeñas y medianas empresas con respecto a las estrategias de mercado que aplican.

Martínez (2014) evaluar diferentes herramientas de marketing digital para implementar en una empresa pyme, para el cual diseña un plan de mercadeo digital empleando el proceso metodológico de Kotler, y haciendo uso de medios y herramientas como: web auto administrable SEO. Para diseñar el plan de Marketing, empleando la metodología de Philip Kotler. El plan resultante se aplicó durante seis meses, incrementando en un 84% las visitas en la web de la empresa, a través de Google Adwords

se consiguió un incremento del 40% en los clicks hacia la página, en el email marketing se consiguió un incremento del 93% en los emails leídos, en el Facebook se consiguió un 49% más de fans, en twitter un 37,5%, incrementándose las ventas en un total de 3,9%.

Sotomayor et al. (2021) Plantean el abordaje del contexto tecnológico en las pequeñas y medianas empresas, donde expresa la relevancia de la tecnología en la organización, asumiendo el desarrollo y avance de una diversidad de medios tecnológicos: celulares, radios, portátiles, videos, uso del internet, lo que necesariamente lleva a la necesaria modernización de las pymes del sector agrícola y la eminente proyección en el mercado global.

Para Mora (2009) en todas las economías del mundo las Pymes son de gran importancia, ya que las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental en la producción de bienes y servicios, demandando y comprando productos, constituye un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y generación de empleo. Las pequeñas y medianas industrias, han creado una economía familiar y social incentivando los grupos familiares y mejorando sus condiciones de vida y contribuyendo con el progreso en general. Así como, el aprovechamiento de la materia prima. Las Pymes son empresas que combinan capital, trabajo y medios productivos con la finalidad de obtener un bien o servicio, destinado a satisfacer diversas necesidades para un sector y un mercado determinado. Se clasifican de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores y su nivel de producción (Astudillo et al. 2014).

Las pequeñas y medianas empresas constituyen organizaciones generadoras de empleo desde el abastecimiento de la demanda de productos. Están conformadas por recursos humanos y capital que cuenta con factores internos y externos que condicionan la producción enfrentados a la creciente globalización de los mercados.

Pero sobre todo lo expresado por Moreta (2017) “La falta de planeación estratégica es una razón para que las PYMES no sobrevivan en el largo plazo” (p.1).

Para Neffa (2020) las Pymes atraviesan una crisis de orden nacional e internacional, que afecta el rendimiento de forma inesperada, siendo las pequeñas y medianas empresas la que soporta un mayor peso ante los cambios del entorno, debido a su estructura informal y poco sólida en el manejo de los recursos. Allí entra a jugar un papel fundamental la planificación estratégica siendo unan herramienta útil para la gerencia, ya que mediante el análisis situacional interno y externo se definen las estrategias y la resignificación de la gestión en función de los nuevos cambios y demandas.

En el contexto de la importancia de la planificación estratégica en la consolidación de las Pymes y la disminución de las debilidades que vienen presentando producto de la informalidad en la gestión de las mismas, Acosta y Pérez (2010) considera que el punto de partida de la gestión de las pequeñas y medianas industrias es el diseño de estrategias dirigida a definir los roles que desempeñan cada una de las personas que gestionan o tiene la responsabilidad de la industria. Al considerar que el éxito de las

mismas va a depender de lo que se planifique y como se operacionaliza esa planificación. De allí que la planificación estratégica que formula las Pymes implica la consideración de objetivos, metas, políticas, acciones, control, retroalimentación de todos y cada uno de los procesos.

Siendo como lo expresa Sallenave (1990) que toda organización bien sea grande o pequeña tiene objetivos que cumplir en tres niveles. Supervivencia, crecimiento, y utilidades que están implícitos y explícitos en las decisiones gerenciales. Cada nivel exige la planificación cuidadosa de acciones dirigidas a la organización, al producto, al mercado, a la tecnología, la competencia, el capital y el personal. Las estrategias que persiguen utilidades están dirigidas al precio del producto en función del aumento y calidad y las estrategias que plantean utilidades implican activos e inversión.

16.4 ENFOQUES PARA EL ANÁLISIS DEL MARKETING DIGITAL EN LA GESTIÓN DE LAS PYMES

Núñez y Miranda (2020) el marketing digital como referente de transformación y cambio en las organizaciones del mundo, renovando las teorías administrativas y de la gerencia tradicional. El enfoque del uso de los medios tecnológicos para la gestión ha generado transformaciones en los modelos de gerenciales tradicionales de todas las organizaciones incluyendo las pymes.

González y Flores (2020) las Pymes atraviesan una crisis, que afecta el rendimiento de forma inesperada, siendo las pequeñas y medianas empresas la que soporta un mayor peso ante los cambios del entorno, debido a su estructura informal y poco sólida en el manejo de los recursos. Allí entra a jugar un papel fundamental la planificación estratégica y el uso de medios digitales, como herramientas útiles para la gerencia, ya que mediante el análisis situacional interno y externo se definen las estrategias y la resignificación de la gestión en función de los nuevos cambios y demandas.

Autores clásicos como Kotler y Armstrong (2011) introducen el concepto de marketing contemporáneo, definiéndolo como un proceso social y administrativo mediante grupos e individuos que obtienen lo que necesitan y desean generar, ofrecer, e intercambiar productos. (Kotler y Armstrong, 2011) indican que hoy en día los servicios, al igual que los productos utilizan el marketing para promover y aumentar sus ventas (Stanton, et al. 2007) definen el marketing bajo un enfoque integral para responder a las demandas, servicios y necesidades con la finalidad de definir los objetivos de la investigación. De acuerdo con Fuentes (2010) el marketing busca comprender el mercado, necesidades, demandas y deseos, fundamentado en relaciones provechosas, para obtener cambios y transformaciones en las empresas, a corto mediano y largo plazo.

Los enfoques del marketing, han evolucionado producto de los cambios generados en el mundo por las tecnologías de la comunicación que han marcado nuevas tendencias en el ámbito de las relaciones sociales, orientada por el origen y expansión del uso de las redes sociales y el ámbito de las relaciones comerciales y el declive de las relacio-

nes de los mercados físicos y factuales y la expansión del marketing digital u on line (Yagüe, 2011).

Actualmente se profundiza en la tendencia del enfoque del marketing holístico tal como lo plantea Kotler y Keller (2016) se fundamenta en el desarrollo, diseño e implementación de programas, procesos, actividades que reconoce la importancia de todos los elementos que lo componen. Implica la empresa en todas sus áreas, con una visión estratégica e integral que le permita generar relaciones a largo plazo con los clientes y alcanzar un equilibrio integral. El enfoque holístico define un marketing interno y uno externo en la gestión de las empresas, el interno representa el conjunto de objetivos, metas, estructuras y demás componentes, a sus trabajadores, el cual tiene el objetivo de motivar y asegurar la productividad.

El marketing interno se encarga de contratar, preparar, motivar los empleados competentes para atender los clientes y garantizar un producto de calidad. En la dimensión externa del Marketing se considera la relación con los clientes, la comunicación, motivación y trato. Desde esta perspectiva integral donde se consideran todas las partes de la organización que conforman el todo juega un papel importante las estrategias de marketing para la gestión de las pymes (Delfín y Acosta, 2016). Los desafíos de las pymes son numerosos a ellas les corresponde recurrir a una diversidad de estrategias que le permita realizar el comercio electrónico (Striedinger, 2018). Existe una mayor aceptación de las estrategias de marketing digital en las pymes, cada día se evidencia un mayor uso de las redes sociales, volviéndose una prioridad para mejorar las relaciones con sus clientes y potenciales clientes, siendo primordial en la gestión de las pequeñas y medianas empresas (Uribe, et al; 2013). Las redes sociales vienen facilitando la interacción entre las empresas y los clientes, generando confianza y un sentimiento común entre las personas: estas estrategias van desde textos, audios, videos, imágenes, páginas web, *Telegram*, *whatsApp*, entre otras herramientas de comunicación e interacción sincrónica y asincrónica.

Los planteamientos anteriores llevan a realizar una contrastación con los enfoques tradicionales asumidos por un porcentaje significativos de pymes que consideran el marketing digital como innecesario y con escasa pertinencia, dada la inversión que deben realizar, desperdiciando tiempo, capital y talento humano (Noriega, et al; 2018).

16.5 HALLAZGOS RESULTANTES DE LA REVISIÓN

El recorrido realizado por los artículos analizadas producto de la revisión y el análisis de investigaciones, conceptos, enfoques y fundamentos acerca de las posiciones con respecto a las estrategias de marketing digital e importancia en la gestión de las pequeñas y medianas empresas han permitido configurar los siguientes hallazgos:

Desde el punto de vista de los fundamentos empíricos se plantean distintas posiciones que llevaron a categorizar el concepto de marketing desde una concepción social entre las investigaciones que plantean esta postura se cita a Perdigón et al (2018) quien concibe el marketing como proceso social guiado por necesidades de determi-

nados sectores de la sociedad, y donde la planificación está en función de satisfacer las necesidades de ese cliente o de un sector específico.

La postura del investigador es ubicar el marketing en tres dimensiones: necesidad, producto e intercambio. Para (López, et al; 2018), el marketing es un fenómeno global que no ha logrado impactar en los conceptos tradicionales, arraigado a la cultura familiar que se mantiene un alto porcentaje de las pymes, siendo uno de los principales factores de resistencia al *marketing* el miedo interno de la organización, el miedo de quienes gestionan las empresas. Siendo de acuerdo a los resultados planteados por López Ob.cit una de las principales causas de la resistencia al uso del marketing digital el desconocimiento de las ventajas de las estrategias del mercado digital como el uso de las redes sociales y los beneficios del internet. Aunado a lo que plantea Vega, et al (2018), con respecto a las exigencias cada día más crecientes de los clientes en cuanto al manejo de las tecnologías en los procesos de promoción, venta, distribución y colocación de los productos en el mercado. Siendo a juicio de (Bojórquez, et al; 2017) en el contexto el comercio electrónico una de las principales estrategias de comercialización de los productos que vienen utilizando las empresas a nivel mundial y con poco impacto a nivel uso que realizan las pymes para promover y colocar sus productos en el mercado cada día con mayor diversificación y exigencias. Esta postura según (Carrión, et al; 2016) se debe entre otras razones a las posturas tradicionales con que las pymes vienen asumiendo du gestión, mas centradas a un mercado local, con escasa proyección internacional. Algunos de los datos que ilustran esa realidad según lo planta Carrión Ob cit. se debe al concepto que ha orientado sus acciones a lo largo de su vida el cual se reduce a la supervivencia.

Siendo otros de los problemas de las pymes para el abordaje de estrategias de mercadeo digital el escaso capital gerencial, que limita la capacidad para la toma de decisiones en ese ámbito, que no es más que la capacidad de los administradores y gerentes para el abordaje de un plan estratégico que aborde todas las dimensiones de la empresa, donde tenga especial relevancia el mercadeo digital. En el estudio se recomienda que las pymes reciban formación en términos de las estrategias que deben aplicar para mantener la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas en términos de alcanzar mejores desempeños. Es importante que los administradores y gerentes de las pymes conozcan la importancia de las estrategias digitales y como hacer uso en los procesos de mercadeo que lleva la organización y lo anterior debe acompañarse de una formación de carácter permanente a lo largo de la vida de la empresa.

Frente a las necesidades que reflejan las investigaciones que se han citado en la revisión bibliografía y las que se han jerarquizado por principales hallazgos centradas en el desconocimiento de partes de los gerentes/administradores de las pymes de las fortalezas del márketing digital en la supervivencia y desarrollo de las empresas se han venido planteando una serie de enfoques y estrategias que se han aplicado en contexto específicos y que importante referir algunas ventajas.

Desde esta perspectiva se han venido planteando estrategias de mercadeo digital dirigidas a fortalecer al gestión de las pymes, en tal sentido (Aguirre y Rozo, 2017) plantea en su investigación que una de las principales herramientas de la cual los ad-

ministradores de las pymes deben apropiarse es de la planificación estratégica y que en el marco de los planes estratégicos debe considerarse el diseño de un plan de mercado, la direccionalidad de las estrategias, la implementación de las estrategias y la evaluaciones de las acciones de marketing en función de la cultura organizacional. Lo que implica la integración de estrategias digitales desde el concepto de la planificación estratégica. De esta manera el *marketing* viene a transformar la empresa tal como lo expresa en sus planteamientos Striedinger (2018).

Desde la perspectiva de, García y Palacios (2017), la estrategia en el *marketing* se constituye en un proceso orientador de las acciones que proporciona líneas para definir los objetivos de las pequeñas y medianas empresas. Del mismo modo las estrategias deben ser manejadas por el personal de la empresa, llevándolos a que se impliquen en la finalidad de la misma en los resultados y beneficios que se obtengan, donde los gerentes juegan un papel significativos en la implicación del personal en las metas y objetivos formulados.

En la línea del *marketing* digital como proceso transformador se consideran los planteamientos de Camacho (2018) quien considera que mediante las estrategias que emprendan las pymes esta puede llegar a posicionarse en los mercados locales, estatales, nacionales e internacionales. Debido a que el uso del internet no tiene fronteras y se constituye en una herramienta globalizadora que puede llegar a generar grandes beneficios tanto a la empresa como la población en general.

De allí que es importante destacar como hallazgos significativo en la revisión bibliográfica del presente artículo lo expresado por Martínez (2014) con respecto a la evaluación de las estrategias de *marketing* digital y la pertinencia de las mismas en correspondencia con propuesto por Kotler, y haciendo uso de medios y herramientas como: web auto administrable SEO, el cual producto de continuas investigación en la línea del marketing determino que la aplicación de un plan durante seis meses, incrementando en un 84% las visitas en la web de la empresa, a través de Google Adwords se consiguió un incremento del 40% en los clicks hacia la página, en el email marketing se consiguió un incremento del 93% en los emails leídos, en el Facebook se consiguió un 49% más de fans, en twitter un 37,5%, incrementándose las ventas en un total de 3,9%.

Resultados presentados por Kotler que llevaron a examinar estudios en el campo de las pymes que reflejan datos que retratan la realidad del marketing digital que aplican las pequeñas y medianas empresas y que permitido develar el tipo de estrategias que están promoviendo las empresas.

Para Sotomayor et al. (2021) Es muy importante el uso de las estrategias digitales del contexto tecnológico en las pequeñas y medianas empresas, donde es innegable el uso de celulares, radios, portátiles, videos, uso del internet, lo que necesariamente lleva a la necesaria modernización de las pymes del sector agrícola y la eminente proyección en el mercado global. En la misma línea de importancia Mora (2009) refiere que en todas las economías del mundo las Pymes juegan un papel fundamental en la actividad económica y generación de empleo. Siendo según (Astudillo et al.

2014) las Pymes son empresas que combinan capital, trabajo y medios productivos con la finalidad de obtener un bien o servicio, destinado a satisfacer diversas necesidades para un sector y un mercado determinado.

Sin embargo la realidad que recoge las investigaciones apuntan a que las pymes presentan algunas debilidades que se evidencian en lo que expresa Moreta (2017) la ausencia de una planificación estratégica, la ausencia de una planificación que considere los medios digitales como oportunidades para el crecimiento y desarrollo. De acuerdo con Neffa (2020) las pymes actualmente están atravesando una inesperada crisis, los cambios inesperados producto de la pandemia del covid-19, el avance de los medios tecnológicos, la falta de capital ha impactado profundamente en las pymes.

Frente a las fortalezas y debilidades de las pymes que se demuestran a lo largo de la revisión de la literatura Kotler (2011) Druker, Sallanave, Singer y otros clásicos del pensamiento estratégico plantean que una de las principales fortalezas con las que puede contar una organización, empresa o pymes independientemente del tamaño de la mismas, es contar con una clara visión estratégica de su misión, que implica la definición de una planificación, que le permita afrontar los cambios, asumir los retos, gestionar los procesos y obtener beneficios siendo una pyme competitiva.

Las pymes deben determinar sus propios procesos de gestión, asumir sus propias estrategias para el abordaje del marketing digital en función de la misión, visión, valores, estrategia organizacional y procesos de planificación estratégica implicando el talento humano en la toma de decisiones. Tal como lo expresa Sallanave (1990) toda organización bien sea grande o pequeña tiene objetivos que cumplir en tres niveles. Supervivencia, crecimiento, y utilidades que están implícitos y explícitos en las decisiones gerenciales.

Finalmente concluir que actualmente se profundiza en la tendencia del enfoque del marketing holístico tal como lo plantea Kotler y Keller (2016) las empresas han de fundamentar su gestión en el diseño e implementación de programas, procesos, actividades que reconoce la importancia de todos los elementos que lo componen. Implica la empresa en todas sus áreas, con una visión estratégica e integral que le permita generar relaciones a largo plazo con los clientes y alcanzar un equilibrio integral.

16.6 DISCUSIÓN E IMPLICANCIAS PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

El abordaje de las estrategias de marketing digital desde el estudio de las propias realidades empíricas y de los referentes conceptuales y epistemológicos, ha llevado a la configuración de algunos aportes significativos y recomendaciones que pueden ser tomadas como referencias para continuar profundizando en la temática de revisión y análisis.

A partir de la revisión de estudios empíricos relacionados con la temática de indagación se abre el debate con respecto a las posturas a los resultados que se han obtenido de las investigaciones que reflejan la realidad del uso de las estrategias de mercadeo

en las pymes, configurándose una serie de enfoques y posturas tanto complementarias con discrepantes con respecto a la factibilidad de abordaje de las estrategias de marketing digital en las pequeñas y medianas empresas.

Las investigaciones llevadas en diversos espacios, con diferentes actores y contextos expresan que las pymes aún están en una fase de asimilar su propio proceso de desarrollo e internacionalización en un ámbito global, debido al temor que aun expresan y demuestran al momento de incursionar en el mercado competitivo, dado el concepto tradicional asociado a una empresa que nace en el seno de una cultura familiar arraigada. Aunada a la limitada formación y capacitación para incursionar en herramientas de la planificación estratégica que lleve a otorgarle valor agregado a las pequeñas y medianas empresas. Frente a ello se configura el planteamiento de configurar un modelo que lleve a las pymes a tener un referente epistemológico y estratégico que le permita mantenerse actualizadas y dar respuesta a las exigencias de los mercados en todos los ámbitos. Así como configurar una propuesta de formación que implique a los administradores/gerentes y capital humano en procesos de planificación estratégica que responda a la cultura e identidad de la pymes, donde todos estén conscientes de la apropiación de estrategias en beneficios del logro de los objetivos planteados repercutiendo en su bienestar.

También la revisión de la literatura ha llevado a reflexionar sobre la posturas de modelos clásicos para el abordaje del marketing en las empresas independientemente del tamaño de la misma, en el que se plantea que independientemente del tamaño de la misma, la empresa debe asumir procesos de planificación estratégica, dirección de los procesos, organización del capital humano, implementación de las acciones planificadas, seguimiento y control de las mismas. Esta postura se evidencia en los planteamientos de Kotler y Keller (2016) al expresar que toda organización debe asumir procesos de gestión estratégica desde el abordaje de la empresa con una visión holística, el cuál plantea el marketing interno que promueve el aseguramiento por parte de todos los miembros de la adopción de principios de alta dirección. El *marketing* integrado cuyo fin es la integración de todos los medios para crear, entregar y comunicar el valor. El marketing de relaciones dirigido a mantener las interacciones diversas y multidisciplinarias con los clientes. El rendimiento del marketing digital que implica el aumento de las finanzas para la empresa, desde la configuración de programas, donde se aborden las preocupaciones de los clientes en los ámbitos éticos, políticos, sociales y ambientales.

En el contexto del modelo holístico considera el estudio de las estrategias de marketing digital, siendo el ingrediente clave en el proceso de gestión de las pymes las estrategias y planes creativos. En consecuencia, las empresas deben adherirse a una estrategia. La estrategia “es el plan de juego para llegar a su cumplimiento. Para lograr sus metas cada negocio debe diseñar una estrategia, la cual consiste en una estrategia de *marketing* y una estrategia de tecnología compatible, además de una estrategia de aprovisionamiento.

Tabla 1. Estudios empíricos en el marco Estrategias de marketing digital y uso de la tecnología de la información y comunicación.

Referencia	Revista	Propósito del estudio	Método y muestra	Resultados/contribución
Ávila et al. (2019)	Cienciamatria	Lograr la entrada a mercados que mediante el marketing tradicional no se han podido conquistar, aplicando el uso de la digitalización como nuevas estrategias que permitan el progreso de la empresarial y todo ello debido a la fusión articulada entre las comunicaciones y las tecnologías.	Tipo mixta (cuali-cuantitativa), con una metodología de carácter descriptiva en un tiempo de corte transversal y de campo. la Escuela de Fútbol Mi Primer Gool	Entre los resultados destacan que debido a la falta de proyección o posicionamiento digital existe desconocimiento de las herramientas tecnológicas aplicables a los servicios ofertados como consecuencia de no manejarse en las redes sociales. Es evidente que su implementación permitirá una significativa
López et al. (2018)	Ciencia América	El uso de los medios tecnológicos y dela comunicación: el uso de las redes sociales se ha convertido en una poderosa herramienta de apoyo en todas las áreas del conocimiento, y justamente como estrategia de marketing digital en el contexto de las pequeñas y medianas empresas.	Se enfocó en un estudio documental exploratorio, así como también, se realizó una exhaustiva revisión bibliográfica en bases de datos científicas especializadas inherentes a las estrategias de Marketing Digital.	Cabe destacar que a pesar que el 82% de las pymes no hacen uso del internet, y se limitan sólo a usar el correo electrónico. Sin embargo, en las grandes corporaciones que poseen mayores recursos, pagan las campañas publicitarias en las cuales sacan provecho al máximo de las redes sociales y han integrado la tecnología a la cultura empresarial.

Martínez (2014)	Sistema de Bibliotecas de la UCC	En dicha investigación denominada plan de marketing digital para pyme, el autor del referido estudio se planteó un análisis y evaluación de las diversas herramientas de la cual se puede hacer uso en el marketing digital para crear en una pequeña y mediana empresa y posteriormente como es el comportamiento después de ser incorporada.	El método implementado fue a través de la metodología de Philip Kotler. La empresa seleccionada para aplicar dicho plan de marketing fue una empresa mayorista familiar constituida por 10 empleados.	Se obtuvieron resultados favorables, el plan se aplicó durante 6 meses, para los cuales se recibió un incremento de un 84% de personas que ingresaron al portal de la empresa a través de Google Adwords, así como también aumento significativo de los clicks dados a la página, finalmente el email de marketing se incrementó un 93% los mails revisados, un 49 % más seguidores de la página y como consecuencia incremento de un 3,9 % en las ventas.
Sotomayor et al. (2021)	CEPAL	La digitalización y cambio tecnológico como políticas para mejorías en las pequeñas y medianas empresas en América Latina (Europyme) implementado por la CEPAL.	El estudio está tomando diversos países de la Latino América para replantear la concepción de como se ha venido llevando las pymes y es momento de seguir avanzando y adoptar el uso de las nuevas tecnologías aplicadas a las pymes. Entre los países están: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Salvador, Guatemala, Honduras, México y Uruguay.	Los resultados arrojados indican que se ha presentado limitaciones inherentes a los avances y brechas digitales, específicamente en la agricultura y la ruralidad. Para llevar a cabo dicho estudio fueron tomados en cuenta como referencia 9 países en función de sus políticas públicas y además de incluir a los pequeños y medianos productores. Se busca las mejorías en cuanto al marketing digital con la finalidad de proyectarse y mejorar las ventas y competitividad

Perdigón et al. (2018)	Revista Cubana de Ciencias Informáticas	Realizar un análisis de cuáles son las estrategias más importantes para el desarrollo del comercio electrónico y el marketing digital para las pymes.	Se efectuó una revisión organizada y meticulosa, haciendo uso de diversas bases científicas como Google Scholar. La literatura examinada es diversa y están inmersos desde artículos de revistas, conferencias, tesis, en el idioma español e inglés.	Esta investigación permitió precisar la dinámica de interacción entre el cliente y sus avances desde el comercio electrónico en la actualidad. Es importante para futuras investigaciones inherentes a la temática en curso que aborden otras bases de datos como (Web of Science y Scopus)
Striedinger (2018)	Redalyc	El marketing digital ha impactado las maneras y formas de comunicarse, la cultura sus avances a pasos agigantados estimulan la imperiosa necesidad de idearse estrategias de marketing digital que vaya a la par con las tendencias actuales además de permitir llegar a más personas en menos tiempo y por ende el aumento de los ingresos.	Pymes Colombia.	La tendencia está marcada por el mundo digital, por cuanto e exhorta a los empresario a adoptar e implementar el uso de las estrategias de marketing digital para poder proyectar sus ventas y niveles de competitividad en el mundo global.
Bojórquez y Valdez (2017)		La canalización de alguna teoría en vanguardia clásica sobre el comercio internacional que sirvan como base para generar una búsqueda de estrategias más competitivas como el <i>Drop- Shipping</i> o bien el envío directo dentro comercio electrónico de una pyme mexicana.	Enfoque exploratorio de tipo descriptivo. Se realizó una revisión literaria de las principales teorías del comercio internacional así como las de internacionalización que compete a las PyMES.	Entre los resultados novedosos, se tiene que debido al presente estudio se logró identificar los beneficios obtenidos al hacer uso del comercio electrónico como herramienta para la internacionalización de una empresa, tomado al Drop – shipping como estrategia dentro del comercio electrónico, permitiendo ampliar el mercado on line sin gastar grandes sumas de dinero.

Moreta (2017)	UTC Ciencia y Tecnología	Identificar las limitaciones que presentan las pymes para el diseño y ejecución de los procesos de planeación estratégica.	La metodología aplicada es de revisión documental y comprenden estudios empíricos y de literatura de artículos y libros publicados en bases digitales. Se abordaron investigaciones especialmente de Ecuador, México y Colombia.	Existen muchas limitaciones de orden de planificación siendo el presupuesto una de las principales razones por la poca disponibilidad de recursos. Entre los resultados además se encuentra que las pymes adaptan planes ya existentes obviando la propia realidad. Es necesario proyectar el estudio de las pymes hacia otras latitudes mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación
---------------	--------------------------	--	--	--

Fuente: elaboración propia (2022)

16.7 CONCLUSIONES

Tomando en consideración el objetivo general planteado en el presente estudio dirigido a determinar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en marketing para la gestión estratégica de las pequeñas y medianas empresas, se concluye, que más del 70% de los artículos revisados expresan la importancia de la tecnología en el abordaje del marketing digital para una gestión de calidad con impacto social. Sin embargo, el uso de las herramientas tecnológicas es muy limitado en la gestión de las empresas, tal como se evidencia en cada uno de los resultados de las investigaciones publicadas en las revistas científicas que se han tomado como unidades de análisis en los últimos diez años 2012-2022. Entre las causas del bajo impacto está la escasa capacitación del talento humano para el manejo y uso de las tecnologías de la información y capacitación. Así como la poca inversión de las pymes en equipos tecnológicos como herramienta esencial del marketing y la gestión empresarial.

Es significativo concluir que un elemento que puede servir de referencia para continuar profundizando en la temática de estudio esta represento la incidencia que tiene el tipo de modelo de gestión de las pymes en las aplicación de las estrategias tecnológicas y de innovación desde el uso del marketing digital, al existir una tendencia que concibe las pymes como estructuras tradicionales con escasas posibilidades de incursionar en el marketing digital. Allí se encuentran dos posiciones contrapuestas las que conciben las pymes como empresas que pueden crecer y transformarse y las que consideran que las pymes tienen una etapa útil y que entran en una fase de supervivencia en su contexto, con pocas posibilidades de desarrollo. Ambas visiones tiene sus fundamentos por un lado en construcciones científicas demostrables como la postura de

Kotler y Keller (2016) en contradicción con los conceptos que se recogen de los gerentes y administradores de las pymes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A.M, Pérez U, A.C, La planificación estratégica en las empresas familiares. Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales, 7, (2), p. 81-87, 2010, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3706294>
- Aguirre, J.C, Rozo, J.D, Marketing digital en las pymes de Bogotá. Colegio de Estudios Superiores de Administración, 2017, – CESA. <https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/1816>
- Ávila Sacoto, E, Erazo Álvarez, J, Narváz Zurita, C, Erazo Álvarez, C, Estrategias de marketing digital 2.0 para la generación de ingresos en Pymes de servicios. CIENCIAMATRIA, 5 (1), 187-214, 2019, <https://doi.org/10.35381/cm.v5i1.264>
- Bojórquez López, M. J, Valdez Palazuelos, O, El comercio electrónico como estrategia de internacionalización de las pymes. RITI Journal, 5 (10), 110-115, 2017.
- Calle, L.A, Metodología para hacer la revisión de una investigación. Researchgate, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador, 2016, https://www.researchgate.net/publication/301748735_Metodologias_para_hacer_la_revision_de_literatura_de_una_investigacion
- Camacho Rodriguez, L. D, Marketing digital en las pymes. Universidad nacional abierta y a distancia, 2018, DOI: <https://doi.org/10.22490/ECACEN.3489>
- Corrión, L, Zula, J, Castillo, L, Análisis del modelo de gestión en pequeñas y medianas empresas y su aplicación en la industria del catering en Ecuador. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. [Archivo PDF], 2016, <https://www.uv.mx/iesca/files/2016/11/09CA201601.pdf>
- Delfín Pozos, F.L, Acosta Márquez, M.P, Importancia y análisis del desarrollo empresarial. Pensamiento y gestión, 40, p. 184-202, 2016, <https://www.redalyc.org/journal/646/64646279008/html/>
- Fuentes Jiménez, P.A, La Orientación Al Mercado: Evolución Y Medición De Un Enfoque De Gestión Que Trasciende Al Marketing. Perspectivas, p. 25.83, 2010 <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942454004.pdf>
- González Díaz, R.R, Flores Ledesma, K.N, Cultura organizacional y Sustentabilidad empresarial en las Pymes durante crisis periodos de confinamiento social. Revista internacional multidisciplinaria, 1, p. 28-41, 2020, <https://ciidjournal.com/index.php/abstract/article/download/40/39>

- Guzmán, G, Marketing Digital Y Las Finanzas De Las Pymes, 2018, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7107413>
- Kotler, P, Armstrong, G, Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación, 2013.
- Kotler, P, Keller, K. L, Dirección de marketing. México: Pearson Educación, 2016.
- Kotler, P, Armstrong, G, Principios de Marketing. Madrid: Pearson Education. Duodécima edición, 2011, <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/635/Marketing%20digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y> <https://cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/264>
- López, O, Beltrán, C, Morales, R, Cavero, Estrategias De Marketing Digital Por Medio De Redes Sociales En El Contexto De Las Pymes Del Ecuador, 2018, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6553438>
- Mari Mutt, J, Manual de redacción científica. Mayaguez, Puerto Rico: Universidad de Alcalá, Departamento de ecología, 2013.
- Martínez, M.D, Plan de marketing digital para pyme. Sistema de Bibliotecas UCC. Universidad Católica de Córdoba, 2014, http://pa.bibdigital.uccor.edu.ar/1379/1/TM_Martinez.pdf
- Moreta, M. A, Planeación estratégica en PYMES: limitaciones, objetivos y estrategias. UTC Ciencia y Tecnología, 4(2), p. 171-182, 2017, <http://investigacion.utc.edu.ec/revistasutc/index.php/utciencia/article/view/83>
- Mora Heredia, A, El fomento de las pymes como estrategia para incentivar el desarrollo económico local en las entidades federativas marginadas de México: una aproximación empírica. Revista OIDLES, 3, (7), 2009, <https://www.eumed.net/rev/oidles/07/amh.htm>
- Neffa, J.C, Trabajo y crisis de los modelos productivos en américa latina. CLACSO, 2020, <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200424014155/Trabajo-y-crisis-de-los-modelos-productivos.pdf>
- Noriega, E, Suarez, F, Vengoechea Orozco, J, Jaafar Orfale, H, Gestión estratégica como agente
- Impulsor en las pymes para el éxito organizacional. Espacios, 39, (16), p. 18, 2018, <https://www.revistaespacios.com/a18v39n16/a18v39n16p18.pdf>
- Núñez Cudriz, E.C, Miranda Corrales, J, El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 16, (30), 2020, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7840616>

- Pereira Bolaños, C.A, Actualidad de la gestión empresarial en las pymes. *Apuntes Contables*. 24 (may 2019), 39–53, 2019, doi: <https://doi.org/10.18601/16577175.n24.03>
- Perdigón Llanes, R; Viltres, H; y Madrigal, L.R. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12, (3), p. 192-208. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992018000300014
- Restrepo Correa, G.A y Hernández López, E.J, La importancia del marketing digital para las pymes del sector comercial de la comuna 2 del municipio de Itagüí. [Tesis de grado de maestría, Universidad de Antioquia], 2020, <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/635/Marketing%20digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rudibel Perdigón Llanes, Hubert Viltres Sala, Ivis Rosa Madrigal Leiva, Sallenave, J.P, Gerencia y planificación estratégica. Grupo editorial norma, 1990, https://books.google.com.co/books?id=bqPzq_LvWOQC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false
- Striedinger, M, El marketing digital transforma la gestión de pymes en Colombia. Universidad del Rosario, Colombia, Cuadernos Latinoamericanos de Administración, vol. XIV, núm. 27, 2018, https://www.redalyc.org/journal/4096/409658132001/html/#redalyc_409658132001_ref18
- Stanton, W.J, Etzel, M.J, Bruce, J.W, Fundamentos de marketing. McGraw-Hill Interamericana, 2007, <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Sotomayor, O, Ramírez, E, Martínez H, Digitalización y cambio tecnológico en las mipymes Agrícolas y agroindustriales en América Latina. CEPAL, 2021, <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46965-digitalizacion-cambio-tecnologico-mipymes-agricolas-agroindustriales-america>
- Uribe Saavedra, F, Rialp Criado, J, Llonch Andreu, J, El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. *Cuad. admon.ser.organ*. Bogotá, 26, (47), P.205-231, 2013, <https://www.researchgate.net/publication/272677996> El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial
- Yagüe, M, nuevos enfoques del marketing y la creación de valor: hacia un marketing eficaz y eficiente. Universidad Autónoma de Madrid, 2011, <https://www.publicacionescajamar.es/publicacionescajamar/public/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/20/20-371.pdf>

- Zambrano, K, Párraga, L, Rivadeneira, F, Las tecnologías de la información y comunicación en las Pequeñas y Medianas Empresas de la Zona Norte de Manabí, Ecuador, 2017, https://www.researchgate.net/publication/321840768_Las_tecnologias_de_la_informacion_y_comunicacion_en_las_Pequeñas_y_medianas_empresas_de_la_Zona_Norte_de_Manabi_Ecuador
- Jones, C, Motta, J, Alderete, M, Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio electrónico en Mipymes de Córdoba, Argentina, Estudios Gerenciales, 2016, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592316000048?via%3Dihub>

CAPÍTULO 17

SIGNIFICADO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: FORMACIÓN ACADÉMICA Y PRAXIS GERENCIAL

Margarita Panchana¹

Elsy Gómez

RESUMEN

La investigación estuvo dirigida a determinar el significado de la responsabilidad social para la gestión empresarial, empleada la metodología de revisión bibliográfica de artículos científicos publicados en la base de datos: Dialnet, Google Académico, Scielo, durante el período 2012-2022, que tratan distintas posiciones epistemológicas e investigaciones empíricas, que han llevado a configurar un concepto propio contextualizado al campo de la gestión empresarial.

La revisión se organiza por dimensiones según los objetivos planteados en el estudio, las cuales están representadas por: el significado de la responsabilidad social desde la postura académica y la gestión empresarial desde el abordaje de la práctica gerencial. Para cada dimensión se organizó, sistematizó, categorizó, analizó y se discutió los contenidos de artículos científicos seleccionados. Este proceso implicó la confrontación y determinación de convergencias y divergencias entre las posturas de los autores con respecto al problema y objetivos de investigación.

¹ orcid.org/0000-0001-5398-8364

Los resultados obtenidos se organizan por dimensiones de análisis. En la primera dimensión, representada por el significado de la responsabilidad social, desde la postura de la formación académica se determinó la escasa importancia que se le otorga a la responsabilidad social en el currículo para el desarrollo de competencias gerenciales, llevando a ser considerada según resultados reflejados en el estudio como un estilo de gerencia que está sujeto al modelo de gestión prevaleciente en la organización. En la segunda dimensión se obtuvo como principal hallazgo las posturas convergentes de un grupo de autores que definen la responsabilidad social empresarial (RSE) como un constructo moderno que empezó a tomar fuerza en las teorías que explican el desarrollo empresarial desde el significado cultural organizacional, que implica la formación de actitudes positivas que llevan a un proceso de concienciación de la gestión empresarial desde la práctica diaria fundamentada en valores de responsabilidad, ética y moralidad. Desde esta perspectiva, la responsabilidad social, se asume no solo desde el compromiso de cada uno de los miembros de la organización con la comunidad y su entorno, si no, que vá más allá, impactando directamente en la sociedad.

De la revisión se concluye que la formación integral tiene impacto directo en el perfil de desempeño sociolaboral y socio productivo, estando asociada la responsabilidad social a la formación académica de personas comprometidas en la sociedad a partir de su intervención en el campo de desarrollo desde el desempeño gerencial. Así como, se construyeron dos grandes categorías que definen el significado de la responsabilidad social, tomando en consideración los constructos manejados: por un lado, quienes conciben la responsabilidad social como proceso de formación académica y por otro, la responsabilidad social definida por el estilo gerencial que prevalece en la empresa producto de la cultura e identidad organizacional.

Finalmente, es importante continuar profundizando en la línea de investigación para ampliar las posiciones encontradas en el presente estudio con respecto al significado de la responsabilidad social concebido por algunos autores como eje transversal que permea el proceso formativo académico y la práctica gerencial de las empresas. *Encontrándose como elemento recurrente en el planteamiento de la mayoría de los autores la necesidad y compromiso de las instituciones de educación superior de generar las políticas y mecanismos para la integración de la responsabilidad social como eje transversal en el currículo de las carreras de estudios superiores en los diferentes programas con especial consideración en el área de ciencias de la administración.*

Palabras clave: significado; responsabilidad social; formación académica y praxis gerencial

RESUMO

SIGNIFICADO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: FORMAÇÃO ACADÊMICA E PRAXE DE GESTÃO

Margarita Panchana; Elsie Gomez

A pesquisa teve como objetivo determinar o significado da responsabilidade social para a gestão empresarial. Mediante la revisión bibliográfica de base de datos: Dialnet, Google Académico, Scielo, con respecto a artículos científicos producidos durante el período 2012-2022, abordados desde distintas posiciones epistemológicas e investigaciones empíricas que han llevado a configurar un concepto propio contextualizado al campo de la gestión empresarial.

Os objetivos do estudo são abordados a partir das ferramentas oferecidas pela revisão bibliográfica, que envolveu organização, sistematização, categorização, análise e discussão do conteúdo dos artigos científicos selecionados, tomando como referência as principais dimensões básicas da investigação; significado, responsabilidade social e gestão empresarial. Esse processo envolveu o confronto e a determinação de convergências e divergências entre as posições dos autores em relação ao problema e aos objetivos da pesquisa.

O contraste dos resultados examinados inerentes ao significado da responsabilidade social corporativa na formação acadêmica dos futuros alunos de pós-graduação, levou a constatar a pouca importância dada à responsabilidade social no currículo para o desenvolvimento de habilidades gerenciais, levando a ser considerada de acordo com o resultados refletidos no estudo como um estilo de gestão que está sujeito ao modelo de gestão vigente na organização.

Para alguns autores, a responsabilidade social (RSE) representa um construto moderno que começou a ganhar força nas teorias que explicam o desenvolvimento empresarial a partir do significado cultural organizacional, o que implica na formação de atitudes positivas que levam a um processo de conscientização gerencial. responsabilidade, ética e moral. Nessa perspectiva, a responsabilidade social é assumida não apenas a partir do compromisso de cada um dos integrantes da organização com a comunidade e seu meio ambiente, ela vai além, impactando diretamente a sociedade.

Da revisão conclui-se que a formação integral tem impacto direto no perfil sociolaboral e de desempenho socioprodutivo, estando a responsabilidade social associada à formação acadêmica de pessoas comprometidas com a sociedade em geral a partir da sua intervenção no campo do desenvolvimento. desde o início desempenho gerencial. Assim como, foram construídas duas grandes categorias que definem o significado de responsabilidade social levando em conta os construtos tratados: de um lado, aqueles que concebem a responsabilidade social como um processo de formação acadêmica e, de outro, a responsabilidade social definida pelo gestor. estilo que prevalece no produto da cultura e da identidade organizacional da empresa.

Por fim, é importante continuar aprofundando a linha de pesquisa para ampliar os posicionamentos encontrados neste estudo sobre o significado da responsabilidade social concebida por alguns autores como um eixo transversal que permeia o processo de formação acadêmica e a prática de gestão das empresas. Encontrando como elemento recorrente na abordagem da maioria dos autores a necessidade e compromisso

das instituições de ensino superior em gerar políticas e mecanismos para a integração da responsabilidade social como eixo transversal no currículo das carreiras do ensino superior nos diferentes programas com especial consideração na área de ciências da administração.

Palavras-chave: significado; responsabilidade social; formação acadêmica e praxis gerencial

17.1 INTRODUCCIÓN

La sociedad en general exige la formación de profesionales con competencias y comportamientos éticos que contribuyan al desarrollo de las futuras generaciones desde la actuación moral en todos los espacios. El abordaje de la formación en la educación superior ha resultado a lo largo de los años una temática de interés e investigación dada las implicaciones de los contenidos que se manejan para el desarrollo de competencias en el futuro profesional a egresar en una determinada carrera. (Hernández, et al.2015).

En lo esencial, la formación en la educación superior a lo largo de los años es una temática de interés e investigación, dado los alcances de los contenidos que se tratan para el desarrollo de aptitudes en el futuro profesional a egresar en una determinada carrera. Para Luján(2017) la formación socialmente responsables de los futuros dirigentes empresariales implica la consideración del contexto sociopolítico, cultural y educativo, entorno en el que se han desarrollado, destacando en grupos de estudio visiones compartidas, respecto al cuidado del medio ambiente, logro de un clima organizacional, uso adecuados de recursos materiales y demostración ética del formador.

De allí que, la presente revisión de artículos científicos ha llevado a evidenciar la necesidad de proporcionar elementos teóricos, analíticos y prácticos, que permitan establecer el significado que se le otorga a la responsabilidad social desde las distintas posturas y contextos. En el marco de las políticas de la educación superior, las universidades están llamadas a integrar en sus planes de estudio no solo las áreas curriculares cognitivas, sino también otorgándole la misma importancia al área no cognitiva para promover el desarrollo integral de los futuros profesionales. (Mosquera, et al.2017).

En el contexto de formación integral se viene debatiendo el tema de la ética y la responsabilidad social como ejes transversales en el currículo de formación para la gestión gerencial, representando ambas dimensiones el soporte fundamental de la demostración de competencias gerenciales (Hernández, et al. 2020).

Se plantea entonces, el concepto de responsabilidad social, desde la demostración evidente de conductas y actitudes que aportan al desarrollo de la persona mediante el modelaje de comportamientos y acciones de compromiso, confianza, solidaridad con el personal de la empresa, familiares, comunidad y sociedad en general, en pro de mantener la productividad y promover el bienestar colectivo.

Dentro de este orden de ideas, se resalta que la implicancia del significado de la formación del futuro profesional, desde el abordaje de la responsabilidad social integrado al currículo, llevaría a crear un mayor sentido de pertenencia y pertinencia de la gestión gerencial ejecutada en la empresa, al tomar conciencia de la importancia de procesos de creatividad, innovación y emprendimiento de los trabajadores/as.

Del análisis que procede de la investigación realizada por Ríos (2017) en una muestra de 87 pequeñas empresas, se determinó que independientemente, si la empresa, demuestra un comportamiento ético o no, un elemento clave es la forma como se gestiona la empresa, y las relaciones éticas, que establece con el personal y los colaboradores. Llevando a expresar que en este contexto la responsabilidad empresarial se demuestra en la actitud de sus colaboradores, cumplimiento de normativa legal, competencia leal, equidad en precio, calidad, y apoyo a proveedores.

De acuerdo con Ahumada et al (2018), la universidad actual tiene un gran compromiso con la formación integral de los profesionales de las diferentes áreas del conocimiento: que implica en su componente humanístico, científico y ético. De allí que los profesionales que egresan de nuestras universidades, son lo que viene a gestionar y direccionar las políticas y estrategias en el ámbito de desempeño ocupacional. En el caso de los administradores, el centro de acción son las empresas en sus diferentes áreas de desempeño dentro de la dinámica social.

Es conveniente acotar que las instituciones de educación superior tienen la misión y visión de integrar en sus proyectos educativos y curriculares el concepto de responsabilidad que contiene una acción moral y social cuyo fin es apropiarse de la persona como sujeto social y moral. Tomando en consideración la dinámica del quehacer diario que dé respuesta a la demanda social en todo su contexto. De allí que, las políticas de educación superior que se operacionalizan desde la universidad, tienen incidencia directa en la problematización, conceptualización, en la responsabilidad social y en la formación de actitudes y valores éticos en la persona (Ahumada, 2017).

En este sentido, la revisión del significado de la responsabilidad social, surge de la necesidad de investigar el tratamiento que ha recibido esta temática en los currículos de formación y en las especificaciones curriculares que han definido las universidades desde sus planes de formación para promover la responsabilidad social en los profesionales de la administración de empresas en todos los niveles. Siendo uno de los problemas que confronta la formación profesional, el escaso tratamiento que se le otorga a los contenidos de responsabilidad social en los planes de formación de las universidades, planteamiento que se recoge en la verificación documental de la presente investigación.

Dentro de este orden de ideas, se resalta que el tratamiento realizado a la temática, ha permitido la identificación de puntos focales del estudio, posturas de encuentros y desencuentros de los diferentes autores consultados, quienes versan acerca del significado de la responsabilidad social en la perspectiva académica y desde la práctica gerencial, en la que se da respuesta al objetivo general; analizar desde la postura de los distintos autores, quienes han venido abordando el tratamiento del significado de la RSE en la formación académica para el abordaje de la gestión gerencial y objetivos

específicos dirigidos a: revisar conceptos, posturas convergentes y divergentes de los autores con respecto a la temática planteada y determinar el significado de la responsabilidad social empresarial, con la finalidad valorar los hallazgos y configurar conclusiones.

17.2 REVISIÓN DE LA LITERATURA

17.2.1 APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE SIGNIFICADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

El significado de la responsabilidad social RS, se construye desde el análisis de distintos enfoques y posturas examinadas a lo largo del presente estudio.

Para Pérez y Gardey (2014) desde la perspectiva lingüística, el significado representa el contenido semántico de un signo, condicionado por el contexto, el cual se aborda mediante la relación significante-significado. Según Cavalli(2014) el significado representa el concepto asociado a una imagen.

Desde el enfoque psicológico de apoyo al comportamiento, el concepto de significado se asume desde las diferentes perspectivas, como la conductista, cognitiva (Piaget), constructivistas y constructivista social. Ellos han demostrado como una de estos enfoques ha venido realizando aportes para contribuir a la ciencia del significado y a la “psicología de la significación social”.

En la conducción y filosofía del lenguaje se consiguen numerosas teorías del significado, las cuales consisten en buscar, ciertos conceptos, ideas, notaciones que se vuelven significativas y hay diversas clasificaciones según el contexto donde se aborda y las dimensiones que se profundizan según los objetivos planteados por el investigador.

17.2.2 ALGUNAS POSTURAS ACERCA DEL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL: FORMACIÓN ACADÉMICA VS PRACTICAS GERENCIALES

En la norma ISO 2600, se recoge un concepto consensuado de la responsabilidad social como la competencia que se demuestra mediante el compromiso de la gestión empresarial en beneficio individual y colectivo (Ojeda y Álvarez, 2015)

En el marco de la norma ISO 2600 se establece una guía esencial para la operacionalización de la responsabilidad social en los diferentes contextos formativos y de gestión gerencial y administrativa. “Las materias fundamentales están dirigidas a promover los derechos humanos, prácticas laborales, gobernabilidad, medio ambiente, prácticas de gestión, servicios a consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad” López, et al (2017).

Desde la visión de Martínez (2015) los elementos claves comunes en la responsabilidad social son: la ética y la protección del medio ambiente y en el contexto real de análisis, las prácticas y el ámbito laboral no resultaron significativas en la gestión empresarial.

Por su parte Vives (2014) la responsabilidad social de la gestión de pequeñas y medianas empresas, señala que la mayoría de las investigaciones centran la valoración de la responsabilidad en la dirección, otorgándole escaso significado a las actitudes presentes en el potencial humano.

En cuanto a la perspectiva curricular, se viene asumiendo que la gestión empresarial se centra en factores de orden económico, político, social, cultural con una visión integradora entre teoría y práctica, cimentada en valores apegados a la identidad organizacional. En el conjunto de valores que deben permear cada uno de los actos de gestión gerencial en las empresas debe prevalecer la ética. Representando el campo de estudio de la ética, el juicio moral. Siendo un campo propio de la filosofía y base moral de cada persona, la responsabilidad social como eje transversal, es una concepción que está dirigida a promover desde los planes de formación los valores humanos para crear una cultura de compromiso y respecto a las normas sociales y morales que orientan la conducta humana en sociedad y en este contexto las actuaciones de las empresas como agentes sociales que impactan en el bienestar de la sociedad (Sánchez, et al., 2020)

Es importante mencionar que las empresas no son simplemente una organización económica, sino que juegan un papel importante como entes sociales moralizantes, cuyas acciones inciden en el bienestar de la comunidad (Boccia y Sarnacchiariaro, 2018). A lo largo de la historia siempre se ha esperado por gestiones empresarias que además de ser productivas, sean emporios de ética y moral en sus actuaciones. Comisión Europea (CE) define en el libro verde el concepto de responsabilidad social de la empresa como la “integración voluntaria, por parte de la organización de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. Este concepto manejado por la CE, destaca dos ideas que denotan la importancia de las actividades empresariales dirigidas a velar por los derechos humanos en el contexto de una gestión ética y responsable (Aramburu y Pescador, 2019)

Por consiguiente, las empresas son responsables de proveer al mercado profesionales formados en principios y fundamentos éticos y responsabilidad social, en la que se exhorta a las instituciones de educación a incluir cursos de responsabilidad social y ética en los planes de estudio y donde recomiendan realizar seguimiento y control a los resultados de aprendizaje logrados por sus estudiantes configurados a partir de la inclusión de dichas temáticas en las mallas curriculares, las cuales tienen como finalidad generar niveles de concienciación con respecto a los estudiantes acerca de la situación ética, responsabilidad social, consolidar la habilidad de los estudiantes para reconocer y resolver dilemas éticos. (Prialé et al, 2014)

Dentro de este marco, la ética como eje transversal en las organizaciones, implica, responsabilidad social, empresarial e integración de las empresas respecto a sus actividades y copartícipes, viene a representar una política de respuesta de las empresas a

las demandas de sus partícipes y de la sociedad en general. (Anchietta y Pernía, 2018) La ética como eje transversal que permea los procesos de gestión gerencial tiene como objeto de estudio la conducta humana y las implicaciones morales de esa conducta en el resto de personas, grupos y sociedad en general. (Zamudio, 2017) De allí la relevancia de la integración del componente ético a los planes de formación de educación superior. Por sus implicancias en la formación del futuro profesional, quién debe demostrar valores en el desempeño honesto y apegado a las leyes en el ejercicio de sus funciones dentro y fuera de la organización y su actuación como gerente y/o administrador debe estar ligado a las normas éticas y morales.

En relación con lo planteado anteriormente, los antivalores como la corrupción, viene representando un problema ético muy frecuente en las empresas e implica una decisión carente de sentido ético, basada en la utilidad marginal, y considerada la gestión de las empresas una responsabilidad socialmente compartida. En consecuencia las empresas, sean grandes o pequeñas, son responsables de sus actos ante la sociedad. Así como, frente al estado, en el marco de las leyes y fundamentos legales que la cobijan según la norma de cada país y organización.

En este sentido, en el campo de las organizaciones, la necesidad de formación del talento humano, está representado hoy en lo que se denomina responsabilidad social, y representa uno de los constructos que viene obteniendo mayor significado y relevancia en los currículos universitarios, dada la incidencia en la gestión de las organizaciones con principios de calidad y ética.

Tal como se ha venido expresando la responsabilidad social, es a la vez una exigencia ética y una estrategia racional de desarrollo para la inteligencia organizacional, donde se comparten experiencias, conocimientos, valores, que se traducen, según Edgar Morín, en exigencia ética y estrategia racional de desarrollo, innovación y emprendimiento económico, social, cultura y tecnológico. La responsabilidad social es una herramienta de la gerencia ética que genera impacto positivo en la empresa y en el contexto humano, social y natural. El resultado de una gerencia ética se refleja en los mayores beneficios con menores daños de ella. Los beneficios deben retornar a la organización cuanto sea posible para que la organización sea considerada sustentable y responsable de sus procesos (De la Cuesta, y Sánchez, 2012).

Lo anterior lleva a construir una aproximación de la transversalidad asociada al currículo universitario, donde cada institución educativa del Nivel Superior tiene su propia identidad filosófica, siendo el valor ético una competencia transversal y la cual impregna todos los componentes curriculares. Los cuales son demostrados en los comportamientos y actitudes diarias de las personas en los diferentes contextos donde se desempeñan.

Considerando que la responsabilidad social de los profesionales es uno de los tópicos no declarado en la mayoría de los planes curriculares de formación de las carreras de instituciones de Educación Superior en Colombia (Beltrán, 2019). La responsabilidad social no tiene un significado relevante en los procesos formativos emprendidos por la universidad. Donde se le confiere escasa importancia a la promoción de valores

éticos, calidad en el desempeño profesional, demostración de conductas de gestión ética apegada a principios y a las buenas costumbres, dirigidos verdaderamente a defender y proteger la vida, desde la paz, la armonía, y la convivencia.

En este orden de ideas, Gaete (2015) expresa que la responsabilidad social del quehacer universitario entre lo que se plantea la formación para la gestión ética en todos los espacios aún no tiene una política definida para ser implementada en los programas de formación en el ámbito de las carreras universitarias de las instituciones en Ecuador. En el Ecuador la carrera de administración de empresas se ha constituido en la principal oferta académica del país, según lo expresa Sánchez et al (2022):

...la carrera de administración de empresas se ha desarrollado muy rápido, evidenciándose un reconocimiento y demanda actual no logrando satisfacer los requerimientos de una sociedad vinculada al sector empresarial y al emprendimiento, lo que lleva a la comprensión con una visión integral del contexto para fomentar el desarrollo sostenible en el aspecto económico, social y ambiental ... (p.)

Tal como se expresa en la cita anterior una de las carreras más demandadas en el Ecuador es la administración de empresas, motivando la revisión del significado que se le otorga a la RSE en esta área de formación académica. En tal sentido se presenta un resumen de algunas investigaciones revisadas y analizadas que evidencian los puntos de vista de los diferentes autores. Según Ormaza et al(2020):

Estamos en presencia de permanentes y continuos cambios profundos en todos los ámbitos del quehacer humano, lo que impacta en la formación integral de los estudiantes para el desempeño humano, científico y técnico en las organizaciones... (p. 1).

Por consiguiente, debe existir una relación ineludible entre las instituciones educativas y las empresas, generando una forma de gestión hacia un enfoque centrado en principios humanos, sociales y medioambientales. En consecuencia, la educación superior impacta directamente en los modelos, estilos y actitudes de gestión empresarial, al formar profesionales altamente calificados y comprometidos socialmente.

En consecuencia, para Camacho (2015). La responsabilidad social es un estilo de gestión empresarial, que reconoce la relación dialógica entre la empresa y los interlocutores, y cuyos objetivos e intereses son comunes para el mutuo beneficio. En tal sentido, la empresa es una organización que va a depender de las estrategias que desplieguen los gerentes para el abordaje de los logros no solo cuantitativos, sino otorgarle importancia a la dimensión socio afectiva.

17.3 METODOLOGÍA

En la investigación se ha utilizado una gran cantidad de información, producto de la revisión de artículos de los últimos diez años 2012-2022, sobre estudios publicados en revistas científicas en tres grandes categorías o dimensiones que se han definido a lo largo de la investigación en títulos y subtítulos.

De allí que los planteamientos de cada uno de los autores que fueron consultados para dar respuesta a los objetivos de la investigación documental, fueron relacionados entre sí, ordenamos cronológicamente según año de publicación. Así como se establecen posiciones convergentes, divergentes y complementarias.

Debe señalarse que los criterios de inclusión prevaecientes en la escogencia para la elección de los artículos que se revisaron, fueron los siguientes:

- Artículos que incluyan las temáticas categorizadas en la presente investigación, representadas por el significado de la responsabilidad social, el tratamiento recibido del tema de responsabilidad social en los currículos de formación en educación superior e implicación en el área de administración.
- Artículos de habla portuguesa, inglesa y español.
- Teorías, enfoques y fundamentos legislativos que apoyen la temática de investigación.

Las bases de datos utilizados fueron: *Google Académico*, *Scielo* y *Dialnet*, lo que permitió la integración de aportes de forma recurrentes de autores que facilitaron la configuración final del trabajo.

Una vez aplicado el proceso de búsqueda de información, se escogieron los artículos que abordan las dimensiones configuradas para el análisis, discusión y argumentación. Tal como se representa en la figura 1.

Las dimensiones que se citan en la figura 1- definen la temática de estudio, las cuales están representadas por, el significado de la responsabilidad social, desde la postura de la formación académica y el significado de la responsabilidad social (RSE) desde la praxis gerencial.

Tabla 1-Revisión bibliográfica de la dimensión: significado de la responsabilidad social desde la postura de la formación académica.

Titulo	Autor/es	Objetivos	Metodología	Hallazgos	Conclusiones
La responsabilidad social de los profesionales. ¿Eje fundamental de la Educación Superior en Colombia?	Beltrán (2019)	Analizar la responsabilidad social como eje transversal de la educación superior en Colombia.	Revisión documental	Escasa importancia en los currículos de los contenidos y/o temas inherentes a la ética, moral, conducta proba, donde se evidencie la responsabilidad social del talento humano de la organización.	Se exhorta a las instituciones de educación superior a promover planes de formación de temas inherente a la responsabilidad social, con la finalidad de formar actitudes con valores para una vida de calidad.
Responsabilidad Social: eje transversal en la formación gerencial de universidades venezolanas	Hernández et al (2020)	Analizar la responsabilidad social como eje transversal en la formación gerencial de las Universidades Venezolanas.	Investigación de tipo descriptiva, diseño transversal, con fundamento en la revisión bibliográfica.	La mayoría de las Universidades consideran de forma general la responsabilidad social, sin embargo, no reciben un tratamiento como eje transversal en el currículo.	Integrar a las actividades académicas los contenidos de la responsabilidad social inherente a: respeto, justicia, equidad, tolerancia, convivencia.
Responsabilidad Social Universitaria: estudio de caso desde la perspectiva de los estudiantes.	Macías y Bastidas (2019)	Evaluar la responsabilidad social Universitaria, desde la perspectiva de los estudiantes.	Revisión documental	Entre los hallazgos más significativos, se han encontrado los valores y el trato respetuoso entre profesores y estudiantes. Así como está presente una gestión académica responsable con principios de igualdad, justicia, equidad, solidaridad y convivencia.	Sin embargo, la responsabilidad social tiene mayor significación en los discursos, pero no ha logrado impactar en la formación de los futuros profesionales.

<p>La Responsabilidad Social Universitaria: emprendimiento sostenible como impacto de intervención en comunidades vulnerables.</p>	<p>Chirinos y Pérez (2016)</p>	<p>Analizar las políticas de responsabilidad social para promover el emprendimiento.</p>	<p>Investigación cualitativa</p>	<p>No todas las universidades del país promueven mediante sus políticas la responsabilidad social para el emprendimiento.</p>	<p>La responsabilidad social es concebida como una política fundamental que debe ser considerada en los planes de formación y las universidades tienen el compromiso social de promover mediante sus normativas internas a nivel de las dimensiones académicas y administrativas.</p>
<p>Responsabilidad social universitaria</p>	<p>Cabrejos (2017)</p>	<p>Determinar el conjunto de prácticas que promueve la universidad para integrar la responsabilidad social a la formación académica de los estudiantes.</p>	<p>Metodología cualitativa, mediante la revisión documental</p>	<p>Uno de los principales retos de las universidades es la formación integral de los egresados y el impacto en el ámbito interno y externo, es decir la transcendencia social.</p>	<p>Se destaca el significado e importancia que tiene la universidad en la formación de perfiles profesionales para la generación de impactos sociales.</p>
<p>Responsabilidad Social elementos de formación en estudiantes universitarios.</p>	<p>Niebles et al,(2018).</p>	<p>Analizar la mirada de cambio de los estudiantes mediante la formación en contenidos dirigidos a fortalecer el perfil desde la responsabilidad social.</p>	<p>Metodología cualitativa, mediante la revisión documental</p>	<p>La responsabilidad social aun no es</p>	<p>Las instituciones de educación superior tienen una gran responsabilidad en la formación integral de sus estudiantes. Sin embargo, la revisión sostenida de programas de formación no considera la responsabilidad social como un tema transversal de carácter obligatorio.</p>

Estudio y construcción de la responsabilidad social a través del grado en turismo.	Rodrigues Soares, Jakson Renner(2017)	Analizar el contexto de desarrollo económico del turismo para la sustentabilidad y abrir la posibilidad de que la universidad conciba profesionales para el desafío de una sociedad justa y crítica, responsable desde el punto de vista profesional y social.	Revisión documental	Se realiza una revisión del impacto del turismo, la sostenibilidad del sector/medio ambiente y su relación con la responsabilidad social	Mediante la obtención del grado de turismo se plantea desarrollar competencias y formar profesionales universitarios éticos bajo un enfoque de responsabilidad social sustentable y armonía con el medio ambiente.
--	---------------------------------------	--	---------------------	--	--

Tabla 2. significado de la responsabilidad social (RSE) desde la praxis gerencial.

Titulo	Autor/es	Objetivos	Metodología	Hallazgos	Conclusiones
ón de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas y medianas empresas latinoamericanas	Bermúdez, Y. y Mejías, A(2018)	Evaluar experiencias de responsabilidad social en distintas organizaciones	Metodología cuantitativa	Las tendencias en las organizaciones empresariales, específicamente en las pymes, es la demostración de competencias dirigidas a al desarrollo de habilidades y destrezas, con escasa valoración a la formación humana y ética. Siendo uno de los principales problemas la corrupción en la gestión empresarial.	En la búsqueda realizada mediante Google Académico se determinó que las múltiples variables que se manejan en la gestión de las pymes hacen énfasis las dimensiones, económica, tecnológica y social en función de la razón social que se promueve en la organización, de lo cual se deduce que la dimensión responsabilidad social, tiene menor importancia.

<p>Las habilidades de los gestores de fondos de pensiones en Reino Unido. ¿Son mejores los gestores socialmente responsables?</p>	<p>Mercedes Alda (2015)</p>	<p>Analizar las habilidades de los gestores del fondo de pensiones en el Reino Unido. ¿Son mejores los gestores socialmente responsables?</p>	<p>Metodología mixta o complementaria</p>	<p>La investigación concluyó que los gestores que reciben formación humanista, centrado en el significado de los valores en la gestión de la organización, son aquellos que permiten que las empresas alcancen mayor grado de satisfacción.</p>	<p>Se concluye que la mayor importancia se centra en el desarrollo de competencias para el dominio financiero. Al analizar los aportes de las investigaciones con respecto a la responsabilidad social, se determinó que existe escaso tratamiento o significado a los valores sociales en el cumplimiento de la gestión.</p>
<p>La responsabilidad social empresarial: Acciones institucionales en la gestión estratégica curricular</p>	<p>Castro, Albanid, Castillo, Rubem, Portilla, Monica(2017).</p>	<p>Describir los avances de la gestión estratégica curricular de la responsabilidad social empresarial, en facultades de Ciencias Económicas y Administrativas, en Santiago de Cali.</p>	<p>Investigación de tipo descriptiva y de campo</p>	<p>La responsabilidad social no está integrada a los contenidos curriculares de los programas de formación. Así como no está siendo asumida en las prácticas reales concretas.</p>	<p>Desde el papel de liderazgo que asumen los directores como gerentes, se debe promover la responsabilidad social en la formación de los estudiantes y se propone la integración de la RS en el currículo académico de todas las carreras.</p>

Razones y propósitos para incorporar la responsabilidad social en la formación de personas y en organizaciones de Latinoamérica	Navarro, Rubio, Lavado, Minnicelli, acuña(2017)	Conocer las razones y propósitos de incorporar la responsabilidad social(SR) en la formación de personas, en la administración pública, en política y gobierno, con miras a proponer un modelo específico.	Revisión documental	Según Navarro et al(2017) las narrativas de los textos consultados plantean la necesidad de asegurar un modelo de administración.	La revisión de estudios acerca de la formación y preparación de las personas desde edades muy tempranas, con la finalidad de promover la conciliación de las propias necesidades desde la gestión ética en los campos de intervención socio laboral en el ámbito de la administración.
Responsabilidad social empresarial como suma de las mejores prácticas.	Urquiaga, Evelyn, Linchi, Martín, Dávila, Blanca, Anticona, Victor(2022)	Responsabilidad social empresarial como suma de las mejores prácticas administrativas.	Se analiza la evolución de las prácticas de responsabilidad social en el marco de la gestión empresarial.	Se plantean las prácticas de gestión susceptibles de violación de los derechos humanos al promover el desequilibrio en el medio ambiente producto de las acciones antiéticas.	Se plantea el cambio de paradigma de gestión empresarial por uno dirigido a generar niveles de concienciación en las prácticas de gerencia empresarial para revertir la tendencia de acciones humanas depredadoras.

17.4 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Se presentan seguidamente los argumentos que sustentan los resultados de la investigación, estableciendo como referente el objetivo general y específicos formulados en el estudio, dándole respuesta en los siguientes términos:

- Se ha analizado minuciosamente cada uno de los planteamientos que realiza cada autor al significado de la responsabilidad social desde la formación académica del nivel superior y/o universitaria, encontrándose que existe una visión compartida de algunos autores como Beltrán (2019), Macías y Bastidas (2019), Chirinos y Pérez (2016), Cabrejos (2017), Niebles et al (2018) entre otros

acerca de la importancia que tiene la responsabilidad social como política educativa integrada al currículo de las diferentes carreras que ofertan las universidades y en el mismo orden de ideas, plantean la necesidad y el compromiso de asumir políticas dirigidas a formar altos niveles de concienciación en los estudiantes, futuros egresados de las universidades con un perfil dirigido a la gestión integral de las organizaciones y/o empresas, bien sea públicas o privadas con la finalidad de promover cambios organizacionales en todos los ámbitos, desde la dimensión ética y corresponsable de los actos de gestión empresarial que impactan a la sociedad en general.

- **Así como tiene visiones compartidas con respecto al significado que debe otorgársele a la responsabilidad social en el currículo universitario y en los contenidos de enseñanza y aprendizaje en todas las asignaturas de los planes de estudio de las diferentes carreras, y con especial consideración en el presente estudio en el área de ciencias administrativas de las instituciones con el propósito de desarrollar competencias en los estudiantes y futuros profesionales, para comprometerse, establecer relaciones sanas, evidenciar capacidad de negociación, habilidades para el trabajo en equipo, participación y cooperación con el cambio social en función de preceptos éticos y morales (Beltrán, 2019, Macías y Bastidas, 2020, Chirinos y Pérez, 2016, Cabrejos, 2017, Niebles et al., 2018).**
- Consideran que la formación integral tiene impacto directo en el perfil de desempeño profesional en su ámbito de desempeño sociolaboral y socio productivo. En el caso de los profesionales que egresan del área ciencias administrativas, la gestión que promuevan en las empresas, independientemente de su tamaño y complejidad, va a tener un impacto social directo en la comunidad y sociedad en general. La responsabilidad social está dirigida a la formación de personas comprometidas con la sociedad en general por sus actos como persona y profesional integral en el desempeño gerencial.
- Se han encontrado otras posturas que han facilitado la configuración del significado de la responsabilidad social como proceso inherente a la práctica de la gestión empresarial, es decir, a la cultura gerencial, desde esta visión se han encontrado los conceptos manejados por Bermúdez, Y. y Mejías, A. (2018). Estudio que estuvo dirigido a la evaluación de experiencias de responsabilidad social en las distintas organizaciones, expresando que las empresas tienen bajo su control y competencia la responsabilidad social, la misma es inherente a la cultura y desarrollo organizacional, las cuales deben demostrar conductas éticas y morales aceptables socialmente. La misma es responsable del control de todos y cada uno de los procesos de gestión de la empresa que está bajo su responsabilidad.

Castro et al (2017) asume el significado de la responsabilidad social como una acción institucional de gestión curricular expresando:

La responsabilidad social no está integrada a los contenidos curriculares de los programas de formación. Así como no está siendo asumida en las prácticas

reales concretas Desde el papel de liderazgo que asumen los directores como gerentes, se debe promover la responsabilidad social en la formación de los estudiantes y se propone la integración de la RS en el currículo académico de todas las carreras Según Navarro et al (2017), es una tarea pendiente de las universidades la incorporación de la RS en la formación desde los primeros años de escolaridad de los estudiantes dirigida a la formación en valores para la gestión empresarial con calidad y pertinencia social.

17.5 CONCLUSIONES

Con respecto a las dimensiones que se han operacionalizado para la organización y análisis de la información recogida con las técnicas de revisión aplicada y representadas por el significado de la responsabilidad social, desde la formación académica y por el significado de la responsabilidad social (RSE) desde la praxis gerencial, se concluye lo siguiente: con respecto al significado de la responsabilidad social en el currículo universitario, las investigaciones revisadas en esta línea enfatizan en la necesidad de promover la responsabilidad social como política, la cual debe ser operacionalizada desde el currículo de educación superior en las carreras que ofertan las instituciones de educación universitaria.

En tal sentido, se propone como profesores universitarios promueven el cumplimiento de prácticas transparentes y sostenible, que lleven a generar bienestar social colectivo mediante la formación de profesionales integrales con alta formación ética y responsabilidad compartida. La responsabilidad social empresarial representa un valor ético en el desarrollo de las empresas, es indispensable su incorporación en el currículo para que los egresados pueden transferirlo en su conducta diaria en el contexto de su acción profesional.

Con respecto al significado de la responsabilidad social (RSE) desde la praxis gerencial, la revisión documental viene a reflejar que la misma está determinada por múltiples variables, entre las que se citan las económicas, tecnológicas, sociales, culturales, estilos y modelos de gestión de la empresa. Lo que significa que va a depender del significado que se le otorgue a la responsabilidad social en la praxis gerencial en contextos reales. Los datos reflejan que la gestión empresarial está más centrada en los resultados medibles en términos financieros que en los procesos que garanticen la transparencia ética de cada uno de los procesos que llevan a la rentabilidad empresarial.

De allí la necesidad de formación y preparación de las personas desde edades muy tempranas, con la finalidad de promover la conciliación de las propias necesidades desde la gestión ética en los campos de intervención sociolaboral en el ámbito de la administración. Mediante la obtención del grado se plantea desarrollar competencias y formar profesionales universitarios éticos bajo un enfoque de responsabilidad social sustentable y armonía con el medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aramburu, I. A., y Pescador, I. G. (2019): "The effects of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating effect of reputation in cooperative banks versus commercial banks in the Basque country", *Journal of Business Ethics*, vol. 154, n°3, pp. 701-719. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3438-1>
- Ahumanda, Eduardo, Tello, Rafael, Ripoll, Ravina, López, Martha, Responsabilidad Social Universitaria. Desarrollo de competitividad organizacional desde el proceso educativo. Volumen 18, Número 3, 2018 Setiembre-Diciembre. DOI: <https://doi.org/10.15517/aie.v18i3.34213>
- Ahumada-Tello, Eduardo. (2017). Percepción de competitividad personal. Un estudio desde la perspectiva de la felicidad, el bienestar y la educación en egresados universitarios. *Revista de Estudios Empresariales Segunda Época*, (1), 34-54. Recuperado de <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/34>
- Anchietta, Luzmil, Pernía Juan Carlos, Responsabilidad Social Universitaria: Una visión prospectiva desde las funciones de docencia, investigación y extensión en la Universidad Centro occidental Lisandro Alvarado, 2018, <http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/bitstream/handle/654321/1747/articulo4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Beltrán Galvis, Luis Humberto, La responsabilidad social de los profesionales ¿Eje fundamental de la Educación Superior en Colombia?, 2019, <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/19573?locale-attribute=en>
- Bermúdez, Y. y Mejías, A, Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39 (3), 2018 <http://scielo.sld.cu/pdf/rri/v39n3/1815-5936-rri-39-03-315>.
- Boccia, F., y Sarnacchiaro, P. (2018): "The impact of corporate social responsibility on consumer preference: A structural equation analysis", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 25, n°2, pp. 151-163. <https://doi.org/10.1002/csr.1446>
- Cabrejos, Abel, La responsabilidad social Universitaria, 2017, <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/SSIAS/article/view/679/595>
- Camacho, las normas de responsabilidad social, revista latinoamericana de derecho social, 20, 3-29, 2015, <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-latinoamericana-derecho-social-89-articulo-las-normas-de-responsabilidad-social--S1870467015000020>.
- Castro, Albanid, Castillo, Rubem, Portilla, Monica(2017). La responsabilidad social empresarial: Acciones institucionales en la gestión estratégica curricular.

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/entramado/article/view/388>

Cavalli, Daniela(2014) La Construcción de significado y la experiencia estética como actividades socioculturalmente mediadas.

https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/371441/DCM_TESIS.pdf?sequence=4

Chirinos, Y, Pérez, C, La Responsabilidad Social Universitaria: emprendimiento sostenible como impacto de intervención en comunidades vulnerables. Revista Escuela de Administración de Negocios, 81, 91-110, 2016, doi: http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1_560

De la Cuesta, Marta y Sánchez, David. (2012). Responsabilidad social universitaria 2.0.

España: Netbiblio.

Gaete, R, La responsabilidad social universitaria desde la perspectiva de las partes interesadas: un estudio de caso, Revista Actualidades Investigativas en Educación, 15(1), 1- 29, 2015, doi: <http://dx.doi.org/10.15517/aie.v15i1.17729>.

Hernández de Cobis, R., Duran, S. E., Barrios, D. A., & Castro Zapata, R. (2020). Responsabilidad Social: eje transversal en la formación gerencial de universidades venezolanas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(3), 448-459. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33396>

Hernández, I Alvarado, J & Luna, J. (2015). *Responsabilidad social en la relación Universidad-empresa-Estado*. Universidad de la Sabana, Facultad de Educación, 18(1).

Hernández R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014) Metodología de la Investigación. Cuarta Edición. Editorial McGraw-Hill Interamericana de México, México.

López Salazar Alejandra, Ojeda Hidalgo José, Ríos Manríquez Martha, La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano, Estudio de un caso Revista de Contabilidad, vol. 20, núm. 1, 2017, pp. 36-46 Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad Barcelona, España. <https://www.redalyc.org/pdf/3597/359749732004.pdf>

Lújan, Silvia, Sandoval Leyla, Ferreyra, Agustín(2017). La formación socialmente responsable de los futuros dirigentes empresariales: análisis de la percepción de las partes interesadas. España-Argentina. <https://www.redalyc.org/journal/3579/357951171006/html/>

Martinez, Y, La responsabilidad social empresarial (RSE), 2014,

<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>

Macías Vilela, Diana; Bastidas Vaca, Carlos. Responsabilidad Social Universitaria: estudio de caso desde la perspectiva de los estudiantes Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, vol. VI, núm. 23, 2019, , pp. 23-44 Universidad de Carabobo Venezuela

- Mosquera Castro, Castillo Tabares, R, Portilla, M. G, la responsabilidad social empresarial: Acciones institucionales en la gestión estratégica curricular, *Entramado*, 13 (1), 34–46, 2017,
<https://doi.org/10.18041/entramado.2017v13n1.25114>
- Martínez, R., Vera, M. y Vera, J. (2015). Responsabilidad social empresarial en las pequeñas ~ empresas constructoras de Puebla, México. *Revista Global de Negocios*, 3(3), 31–41.
- Niebles Núñez, W, Cabarcas Velásquez, M, Hernández Palma, G, responsabilidad social: elemento de formación en estudiantes universitarios, *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 14 (1), 95-108, 2018, doi: 10.17151/rlee.2018.14.1.6.
- Prialé, M, Fuchs, R, Sáenz, M, Practices of corporate social responsibility and sustainable systems work in Peruvian companies issuing sustainability reports. *Journal of Business*, Universidad Del Pacífico (Lima, Peru), 6(1), 59-75, 2014, <https://doi.org/https://doi.org/10.21678/jb.2014.67>
- Quindemil Torrijo, E M, Rumbaut León, F, Chaparro Martínez, E I, Morales Intriago, J C, Producción científica sobre responsabilidad social en la economía social según Scopus, período 2016-2020. *Revista De Ciencias Sociales*, 28(2), 258-275, 2022, <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i2.37937>
- Ramirez Yolanda, Moctezuma Paulina. González Oscar, importancia de la responsabilidad social en la formación de los futuros profesionales, 1-13, 2017,
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/10/07ca201701.pdf>.
- Ríos Manríquez, Martha, Comportamiento ético de las pequeñas empresas. Un caso empírico. *holos*. 5. 158, 2017, doi: 10.15628/holos.2017.4499.
https://www.researchgate.net/publication/321115105_comportamiento_etico_de_las_pequenas_empresas_un_caso_empirico
- Ramirez, Yolanda, Moctezuma, Paulina, González, Oscar(2017) Importancia de la responsabilidad social en la formación de los futuros profesionales. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/10/07CA201701.pdf>
- Pérez, Julián y Gardey, Ana (2014) Definición. De: Definición de contexto (<https://definicion.de/contexto/>)
- Rodrigues, Jakson(2017).Estudio y construcción de la responsabilidad social a través del grado en turismo. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVIS-TAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/06%20estudio%20y%20construccion.pdf
- Soto, E y Cardenas, J, *Etica en las Organizaciones*, 2007, Mc Graw Hill
http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1143/1143_u7.pdf
- Ojeda, J, Chávez, Y, Álvarez, D, Responsabilidad social: estandarización y economía basada en el conocimiento. En Goncalves, O, Meirino, M, Alledi, C, Braga,

- S. Responsabilidad social organizacional: Modelos, experiencias e inovacoes, Universidad Fluminense, pp. 80-111, 2015
- Ormaza, Jorge, Ochoa, Juan, Ramírez, Fabían, Quevedo, Jorge(2020) Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. file:///C:/Users/Usuario_2/Downloads/Dialnet-ResponsabilidadSocialEmpresarialEnElEcuador-7565475.pdf
- Sánchez Torné, I, Morán Álvarez, J. C, Pérez Lopez, J. Ángel, Revisión de las principales investigaciones sobre responsabilidad social corporativa y reputación, Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época, (1), 155–181, 2020, <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/5401>
- ISO (2010). 26000-social responsibility [consultado 5 sep. 2022]. Disponible en <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>
- Vives, Antonio (2014). Responsabilidad de la empresa ante la sociedad, en La Responsabilidad social de la empresa en América Latina. Vives, Antonio y Peinado-Vara, Estrella, compiladores. Washington. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en: <http://www.fomin.org>.
- Urquiaga, Evelyn, Linchi, Martín, Dávila, Blanca, Anticon, Victor(2022) Responsabilidad social empresarial como suma de las mejores prácticas. <http://encuentros.unermb.web.ve/index.php/encuentros/article/view/340/291>

CAPÍTULO 18

MEJORA CONTINUA BASADA EN LA FILOSOFÍA KAIZEN, UNA VISIÓN PARA LAS MIPYMES EN SANTA ELENA

Divar Sebastián Castro loor¹
Sonnia Pozo Del Pezo²
Fausto Calderón Pineda³
Roxana Álvarez Acosta⁴

RESUMO

A Melhoria Contínua é uma ferramenta pouco conhecida na localidade e por isso não utilizada, é uma das várias metodologias utilizadas mundialmente como; Lean Manufacturing, Six Sigma, Sol 5'S, entre outros, pode-se dizer que a melhoria contínua ou kaizen em japonês é a pedra angular da mudança para melhor em qualquer campo de processos, produtos e/ou serviços, também é chamado de ciclo de Deming ou PHVA, conforme indicado (Deming, 1950). Uma mudança radical deve ser alcançada através da melhoria contínua. Melhorar as empresas, as competências dos cola-

1 orcid.org/0000-0001-5578-7910

2 orcid.org/0000-0002-3383-2976

3 orcid.org/0000-0001-5425-1057

4 orcid.org/0000-0002-4782-6630

boradores, a eficiência na utilização dos recursos, as relações com os clientes externos, entre os clientes internos, com a comunidade e tudo o que a organização pode e quer melhorar.

Este artigo apresenta dados resultantes de pesquisas baseadas em projetos voltados para MPMEs locais, utilizou-se pesquisa exploratório-descritiva, posteriormente desenvolvida in loco pelo método indutivo-dedutivo, consolidando-se com uma técnica puramente quantitativa. É um elemento comum conhecido entre os empreendimentos estudados que, por sua natureza e desejo de permanência, os empreendedores veem a necessidade de atualizar suas estratégias, que geralmente são convencionais e induzidas por eles, em algumas ocasiões recorrem a assessores externos, em Neste caso, a estratégia ou filosofia kaizen de origem japonesa é compartilhada e utilizada em empreendimentos selecionados por alunos que concluíram o sétimo semestre do curso de Administração de Empresas da Universidade Estadual da Península de Santa Elena.

A melhoria contínua aplicada através da ferramenta kaizen aos empreendimentos nos períodos letivos entre 2020-2, 2021-1, 2021-2 e 2022-1, nos dará uma ideia de como esta questão é tratada na localidade, é necessário esclarecer que os projetos foram desenvolvidos pelos alunos que cursavam a disciplina de Sistemas Integrados de Gestão da Qualidade nos períodos mencionados e obtiveram sua respectiva qualificação no processo, consolidando o objetivo deste artigo, que é dar essa contribuição simples, mas bem-sucedida para a comunidade visível da academia.

Palabras-clave: Melhora contínua; Kaizen;Ciclo de Deming, PHVA

RESUMEN

La Mejora Continua es una herramienta poco conocida en la localidad y por ende no utilizada, es una de varias metodologías empleadas a nivel mundial tales como; Lean Manufacturing, Six Sigma, Sol 5'S, entre otras, se puede decir que la mejora continua o kaizen en japonés es la piedra angular del cambio para bien en cualquier ámbito de los procesos, productos y/o servicios, es también llamado ciclo de Deming o PHVA, como lo indica Deming Edwards (1950). Un cambio radical ha de lograrse mediante la mejora continua. Mejorar las empresas, las competencias del personal, eficiencia del uso de recursos, de las relaciones con el cliente externo, entre los clientes internos, con la colectividad y todo lo que la organización pueda y quiera mejorar.

El presente artículo muestra datos resultantes de investigaciones sustentadas en proyectos direccionados a las Mipymes de la localidad, se utilizó la investigación exploratoria-descriptiva, posteriormente se desarrolla in situ mediante el método inductivo-deductivo, consolidándose con una técnica netamente cuantitativa. Es un elemento común conocido entre los emprendimientos estudiados que por su naturaleza y afán de permanencia los emprendedores se ven en la necesidad de actualizar sus estrategias, las cuales generalmente son convencionales e inducidas por ellos, en algunas ocasiones recurren a agentes asesores externos, en este caso la estrategia o filoso-

fía kaizen de origen japonés, es compartida y empleada en emprendimientos seleccionados por estudiantes que han cursado el séptimo semestre de la carrera de Administración de Empresas, Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La mejora continua aplicada mediante la herramienta kaizen a los emprendimientos en los periodos académicos comprendidos entre el 2020-2, 2021-1, 2021-2 y 2022-1, nos darán una idea del como se maneja en la localidad este tema, es necesario aclarar que los proyectos fueron desarrollados por los estudiantes que cursaban la asignatura de Sistemas Integrados de Gestión de Calidad en los periodos mencionados y obtuvieron su respectiva calificación en el proceso, consolidando el objetivo del presente artículo que es visibilizar este sencillo pero acertado aporte a la comunidad desde la academia.

Palabras-clave: Mejora Continua; Kaizen;Ciclo de Deming, PHVA

Espacio reservado para la organización del congreso.

18.1 INTRODUCCIÓN

En el mundo globalizado actual el concepto de la calidad, hace énfasis a la mejora continua, pretendiendo lograr la calidad total y óptima en todas las organizaciones, las normas ISO ayudan en este horizonte planteado por las empresas que se consideran capaces de emprender en esta ruta. No se debe dejar de lado la fiel creencia de que cuando se ha superado las expectativas de los clientes, además de haber satisfecho sus necesidades, es únicamente ahí cuando ya puede la organización pensar que si está brindando calidad en sus productos o en sus servicios de ser el caso.

Kaoru Ishikawa, reconocido escritor japonés discípulo de E. Deming y J.Jurán, asegura que Calidad Total es: “Filosofía, cultura, estrategia o estilo de gerencia de una empresa, según la cual todas las personas en la misma, estudian, practican, participan y fomentan la mejora continua de la calidad.” (Kondo, 1994)

La mejora continua forma parte de este camino trazado hacia la conquista de la calidad, denominado Kaizen en el idioma japonés, hace referencia a una filosofía tradicional de vida. (Guerra-López, 2016). Las organizaciones Japonesas subsistieron con esta metodología, en especial referencia se puede evidenciar en Toyota que se convertiría en el porta estandarte de la efectividad en producción de vehículos.

Es vital entonces que las empresas a nivel mundial intenten sobresalir ante la competencia utilizando las herramientas y metodologías que mejor se adapten a ellas, siendo la Mejora Continua una de las que no requiere una inversión económica considerable, sino más bien de una seria convicción ideológica que permita cambiar las costumbres que en ocasiones no son buenas por aquellas que si lo son y que sumarán en el proceso de obtener la calidad del producto y el servicio.

18.1.1 MEJORA CONTINUA-KAIZEN

La excelencia a todo nivel ha de alcanzarse mediante un proceso de mejora continua. La mejora debe darse en todos los campos, entre ellos: las capacidades del personal, eficiencia de los recursos, de las relaciones con el público, entre los miembros de la organización, con la sociedad y cuanto se le ocurra a la organización, que pueda mejorarse y que se traduzca en una mejora de la calidad del producto o servicio que prestamos.

La mejora continua basa su aplicación en el ciclo de Deming, estructurado de la siguiente manera:

Planificar - Es un proceso necesario para identificar las actividades que se van a mejorar y establecer los objetivos pretendidos. Los estudiantes realizaron una recopilación de la información requerida para analizar las posibles causas que han originado esa situación problemática desfavorable para poder elaborar un plan de acción, con las acciones preventivas y correctivas que se consideren necesarias.

Hacer - Ya en esta fase se ejecutan todas las acciones que se han planeado en la anterior. Una prueba piloto es necesaria para poder evidenciar como las acciones evolucionan ante el proceso, previo a la realización de cambios permanentes, en este caso los actores del proceso se involucran previamente en aquello.

Verificar - Evaluar la eficacia de las acciones llevadas a cabo es de suma importancia. Si las actividades no surten el efecto esperado se debe modificarlas y de esa manera conseguir los objetivos planteados en las fases anteriores.

Actuar - Al finalizar el proceso los resultados obtenidos habrán de ser comparados con los datos que se recogieron anteriormente y evidenciar la mejora. También se debe documentar cada paso que se dió y cada acción correctiva realizada.



Figura 1: Ciclo de Deming de Mejora Continua

Fuente: Daniel Jiménez 2011

“Deming empleó el Ciclo PHVA como introducción a todas y cada una de las capacitaciones que brindó a la alta dirección de las empresas japonesas. De allí hasta la fecha, este ciclo, ha recorrido el mundo como símbolo indiscutido de la Mejora Continua” (García, M., Quispe, C., & Ráez, L, 2003)

Destacaremos además que el método Kaizen, en Japón se viene aplicando aproximadamente desde 1950, se argumenta que es la clave de la ventaja competitiva de la economía Japonesa. La palabra tiene un significado de mejoramiento total, el cual se constituye en una mejora continua desde la forma de trabajar, incluso va más allá del lugar donde se trabaja, hasta el entorno familiar, social y también el personal. Esta metodología involucra y necesita el compromiso tanto de los trabajadores como de los gerentes en un esfuerzo integrado hacia el mejoramiento del desempeño aplicado a todos los niveles de la organización.

Una organización por muy pequeña que sea, en la actualidad no debe dar la ventaja a su competencia al no aplicar o utilizar plenamente la capacidad instalada, intelectual, creativa y la experiencia de todos sus colaboradores (Thompson, 2016). Además como parte de las tendencias, los cambios sociales y culturales, en las empresas sin excepción (Mipymes) todos deben dar lo mejor para la organización y de esa manera consolidar su liderazgo en el sector donde se desempeña.

Con esta explicación detallada en cada clase de la asignatura de SIGC a los estudiantes que la cursan, se les indica desde el origen de la metodología Kaizen hasta la manera de aplicarla a cualquier institución que la requiera, se complementa esta asignatura con la puesta en práctica del proyecto de aula donde seleccionan una micro, pequeña o mediana empresa para identificar la oportunidad de mejora y aplicar un plan de acción para mitigar su impacto.

18.1.2 IMPLEMENTACIÓN DE PROCESO DE MEJORA CONTINUA EN LAS MIPYMES

Para una adecuada implementación de un sistema de mejoramiento continuo en las PYMES en la provincia de Santa Elena, se requiere de una serie de pasos metódicos, a saber:

Formación y conciencia para mejora continua: La mejora continua parte del conocimiento y la adquisición de competencias y destrezas del personal de liderazgo de la empresa, mediante un entrenamiento especializado para una adecuada gestión y aplicación de las herramientas de mejora.

Organización para la mejora: Los responsables de la empresa deben asumir el liderazgo del proceso de mejora continua, soportado por un comité de mejora continua, para la evaluación, supervisión y facilitación de los recursos necesarios.

Análisis de la información para la mejora. (Planificación): El líder conjuntamente los equipos conformados deben identificar las fuentes de oportunidades de mejora, y esta a su vez estarán centradas en la eficiencia, los criterios de impacto y la satisfacción del cliente.

Proyectos o acciones de mejora (Hacer): Se requieren la planificación de proyectos y/o acciones de mejora, de corto o largo alcance, responden a diferentes niveles de complejidad de acuerdo a la necesidad detectada y debe haber un involucramiento de todos los involucrados (stakeholders) en la MIPYME.

Seguimiento, revisión y evaluación de la mejora (Verificación y acción): Una vez desarrollado el proceso de mejora, se definen los criterios para determinar de manera global e integral, la efectividad (eficacia + eficiencia) de las soluciones, el grado de participación de los empleados. Ver fig. 1.



Figura 2: Implementación de una mejora continua

Fuente: Daniel Jiménez 2011

Adicionalmente, existen cuatro fases bien asentadas para la implementación del proyecto en las Mipymes o emprendimientos que es identificada por la academia:

Identificación del problema: la academia conceptualiza a los actores del proceso para la aplicación de conceptos y la herramienta kaizen. Se da inicio a esta etapa con la observación directa, de los procesos instalados en los emprendimientos o Mipymes seleccionados por la academia por conveniencia, los propietarios ayudan a identificar el proceso o procedimiento que requiere de la aplicación de la metodología para su mejora,

Propuesta de la Mejora: Ya en esta etapa se ha identificado el o los procesos que van a ser intervenidos por lo tanto se proponen soluciones técnicas, es importante destacar que las propuestas están ligadas o alineadas con el conocimiento de los participantes en el proceso, (estudiantes).

Implementación: Se pone en marcha la propuesta de mejora conjuntamente con los propietarios de los emprendimientos, se debe documentar todo el proceso seleccionado para la mejora, con la finalidad de dar seguimiento constante a la evolución de la implementación evidenciado si se ha mitigado o eliminado.

18.2 PROYECTOS CONSIDERADOS

En Ecuador existen 24 provincias actualmente, siendo una de las más recientemente creadas la provincia de Santa Elena, ubicada en el perfil costanero del Océano Pacífico, en ella se cuenta solo con una Universidad que en la actualidad tiene: 7 Facultades y 18 Carreras, que aporta a la comunidad profesionales de tercer nivel, son estos estudiantes de una de las Carreras de la Facultad de Ciencias Administrativas, carrera de Administración de Empresas, de los Séptimos Semestres, que contando ya con el conocimiento previo basado en el origen de la metodología de la mejora continua-kaizen, los grupos de estudiantes seleccionan mediante la observación directa un emprendimiento al cual puedan tener acceso para poder realizar recomendaciones requeridas a los propietarios, se debe señalar que esta metodología se desarrolla a lo largo de todo el semestre lectivo, se viene elaborando esta tarea desde hace varios semestres atrás, pero para la presentación de los resultados obtenidos tomaremos en cuenta desde los períodos académicos comprendidos entre el: 2020-2, 2021-1, 2021-2 y 2022-1, es decir dos años atrás, todo este espacio fue abarcado con la participación de 179 estudiantes, quienes intervinieron a 127 emprendimientos con la mejora continua.

18.3 RESULTADOS

En esta sección se detalla los resultados obtenidos por los estudiantes quienes manifiestan que el conocer de esta herramienta administrativa a ellos les ha abierto nuevos conceptos de aplicación muy a parte de los tradicionalmente conocidos por ellos. Se elaboró una rúbrica y un formato a manera de folleto que es llenado por etapas por los estudiantes, al final del semestre ellos deben presentar su investigación y demostrar el antes y el después de los emprendimientos seleccionados.

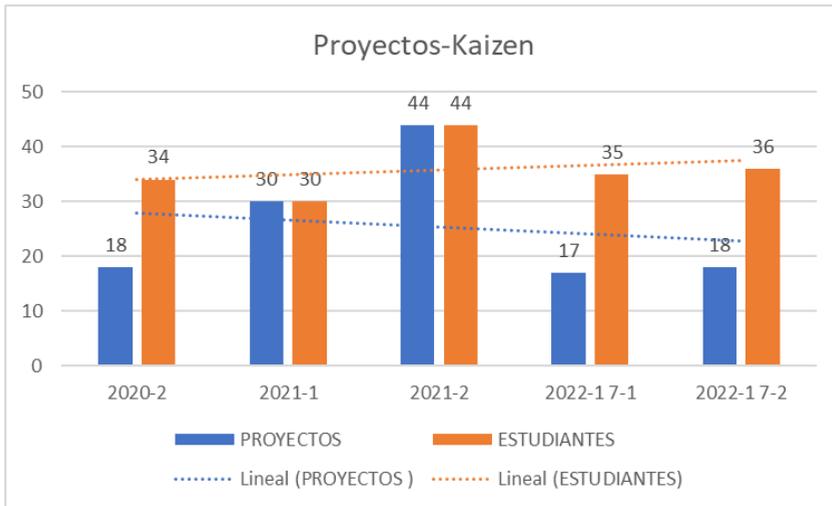
La totalidad de, 127 emprendimientos o proyectos participantes dieron respuesta a la encuesta, que representa un 100 % de participación de la población total (N=127).

La encuesta consta de 7 preguntas que dieron como resultado las siguientes conclusiones:

En cuanto al conocimiento de la metodología del kaizen el 98% de propietarios indicó que en nada manejan el tema, tanto si que el 93 no lo aplica por la misma razón. En cuanto a la calidad que brindan el 91% indica que casi siempre entrega calidas a sus clientes lo cual se debe de igual manera que tienen poco conocimiento conceptual de lo que es la calidad. Ya implementada la metodología el 98% manifestaron que se inclinan por ella, para concluir con la exposición de resultados, el 100%, consideraron que la academia hace muy bien en transferir estos conocimientos mediante estos procesos.

18.3.1 GRÁFICAS

En la gráfica que se presenta a continuación están presentados con barras la cantidad detallada anteriormente de estudiantes y emprendimientos que recibieron la colaboración en sus administraciones:



Gráfica 1: Proyectos Kaizen

18.3.2 TABLA

En la tabla presentada se observa ya de manera cualitativa los resultados de estos dos años de aplicación de la metodología de mejora continua.

Tabla 1 – Aplicación de la metodología de mejora continua

PERIODO	PROYECTOS	ESTUDIANTES
2020-2	18	34
2021-1	30	30
2021-2	44	44
2022-1 7-1	17	35
2022-1 7-2	18	36
	127	179

18.3.3 CONCLUSIONES

Actualmente existen muchas filosofías-metodologías que se aplican a las empresas que buscan aumentar la rentabilidad mediante la mejora del desempeño, es en tal virtud que la metodología Kaizen se ajusta a la transferencia de conocimientos entre academia y comunidad.

La academia transfiere conocimientos desde esta temática, la cual desarrolla proyectos que aportan a la comunidad, de esta manera aporta a su crecimiento y desarrollo local.

Se evalúa el aporte a la comunidad desde la academia y lo que representa la aplicación del kaizen para las MIPYMES de la localidad.

Continuous improvement based on Kaizen philosophy, vision for Mipymes in Santa Elena.

ABSTRACT

Continuous Improvement is a little known tool in the locality and therefore not used, it is one of several methodologies used worldwide such as; Lean Manufacturing, Six Sigma, Sol 5'S, among others, it can be said that continuous improvement or kaizen in Japanese is the cornerstone of change for the better in any field of processes, products and/or services, it is also called cycle of Deming or PHVA, as indicated by Deming Edwards (1950). A radical change has to be achieved through continuous improvement. Improve companies, staff skills, efficiency in the use of resources, relationships with external customers, between internal customers, with the community and everything that the organization can and wants to improve.

This article shows data resulting from research based on projects aimed at local Mipymes, exploratory-descriptive research was used, later it is developed in situ using the inductive-deductive method, consolidating with a purely quantitative technique. It is a common element known among the ventures studied that, due to their nature and desire for permanence, entrepreneurs see the need to update their strategies, which are generally conventional and induced by them, on some occasions they resort to external advisory agents, in this In this case, the kaizen strategy or philosophy of Japanese origin is shared and used in undertakings selected by students who have completed the seventh semester of the Business Administration degree, Univerddidad Estatal Península de Santa Elena.

The continuous improvement applied through the kaizen tool to the ventures in the academic periods between 2020-2, 2021-1, 2021-2 and 2022-1, will give us an idea of how this issue is handled in the locality, it is necessary clarify that the projects were developed by the students who were taking the subject of Integrated Quality Management Systems in the periods mentioned and obtained their respective qualification in the process, consolidating the objective of this article, which is to make this simple but successful contribution to the community visible. from the academy.

Keywords: Continuous Improvement; Kaizen; Deming cycle, PHVA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Deming , Edwards, **La ruta Deming hacia la mejora continua**, Panorama. México: 1950.

García Mario, Quispe Carlos & Ráez Leonardo, **Mejora continua de la calidad en los procesos**, Profit. México: 2003.

Guerra, Israel, **Evaluación y mejora continua: Conceptos y herramientas para la medición y mejora del desempeño**, Mc Graw Hill Educación. México: 2016.

Kondo, Yeiko, **Kaori Ishikawa: Lo que pensó y logró, una base para futuras investigaciones**, Grupo Editorial Norma. Bogotá: 1994.

Thompson, James, **La organización del futuro**, Mc Graw Hill Educación. México: 2016.

CAPÍTULO 19

INTELIGENCIA ARTIFICIAL: ¿FUTURO O PRESENTE DEL TURISMO?

Homero Ulises Rodríguez Insuasti¹

RESUMEN

La inteligencia artificial está impulsando una gran cantidad de empresas en todos los sectores desde la administración hacia la medicina, y el turismo es un sector que lo ha comenzado a utilizar de forma exitosa. El propósito de esta investigación es analizar la literatura presentada sobre inteligencia artificial y turismo mediante herramientas bibliométricas. Para este trabajo se recopiló 680 datos (desde 2001 hasta la 2022) de la Web of Science, al ser un estudio de tipo exploratorio no se limitó las fechas de investigación, luego de una revisión de la data se procedió a la organización, análisis y mapeo bibliométrico por medio de herramientas como Microsoft Excel y VOSViewer. Dentro de los resultados obtenidos podemos decir que existe escasa investigación de parte de países de Sudamérica puesto que Chile es el que sobresale en el puesto 19 de 80 países en el mundo. Como conclusiones podemos decir que los últimos 5 años las investigaciones de inteligencia artificial y turismo han aumentado de manera vertiginosa, lo que permite decir que esta podría ser una fuerte línea de investigación por parte de la academia y las empresas turísticas. Discusión: existen muy pocos trabajos

1 DOCTOR EN MARKETING, Universidad Estatal Península de Santa Elena hrodriguez@upse.edu. [echttps://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-9015-9530](https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-9015-9530). orcid.org/0000-0001-9015-9530

desde 2001 aunque ya se comienza a hablar de como los datos y su respectivo análisis permiten ayudar a mejorar la experiencia de viaje y estadía de los turistas.

Palabras clave: turismo, inteligencia artificial, bibliometría, big data, sector turístico.

ABSTRAC

Artificial intelligence is driving a large number of companies in all sectors from administration to medicine, and tourism is a sector that has begun to use it successfully. The purpose of this research is to analyze the literature presented on artificial intelligence and tourism through bibliometric tools. For this work, 680 data (from 2001 to 2022) were collected from the Web of Science, being an exploratory study, the dates of investigation were not limited, after a review of the data, the organization, analysis and bibliometric mapping using tools such as Microsoft Excel and VOS-Viewer. Within the results obtained, we can say that there is little research on the part of South American countries since Chile is the one that stands out in position 19 of 80 countries in the world. As conclusions, we can say that in the last 5 years, research on artificial intelligence and tourism has increased dramatically, which allows us to say that this could be a strong line of research by academia and tourism companies. Discussion: There are very few works since 2001, although we are beginning to talk about how the data and its respective analysis allow us to help improve the travel and stay experience of tourists.

Key words: tourism, artificial intelligence, bibliometrics, big data, tourism sector

19.1 INTRODUCCIÓN

En diciembre de 2019 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró al COVID-19 como una pandemia uno de los sectores más afectados fue el turístico por los bloqueos utilizados para mantener el distanciamiento social (Zeng et al., 2020), en ese contexto la inteligencia artificial ha ayudado en gran medida a controlar la propagación del COVID-19 en hospitales, aeropuertos, sistemas de transporte, áreas recreativas y escénicas, hoteles, restaurantes y comunidades en general (Zeng et al., 2020). La inteligencia artificial es comparable a los primeros días de la revolución industrial donde se mostró un desarrollo significativo en la innovación industrial debido a que una gran cantidad de tareas manuales se las realizó con ayuda de máquinas y ahora nos encontramos en la cuarta revolución industrial donde la inteligencia artificial ofrece las mismas herramientas de desarrollo acelerado (Dwivedi et al., 2021).

En esta situación, la siguiente revesión bibliometrica pretende conocer el estado actual de estos nuevos avances tecnológicos dentro del sector turístico y encontrar posibles espacios que no se hayan tomado en cuenta para futuras investigaciones en esta línea.

Los objetivos específicos se declaran a continuación:

- Saber cuál ha sido el desarrollo de las investigaciones que involucren a la inteligencia artificial y al sector turístico.
- Establecer cuales son los países que más están interesados en investigar esta temática.
- Conocer las revista dentro de WoS que más publican este tipo de trabajos.
- Saber quienes son los principales autores que publican
- Conocer las principales claves establecidas por los autores para sus respectivas búsquedas.

19.1.1 MARCO TEÓRICO

19.1.1.1 Inteligencia artificial

El término inteligencia artificial fue definido por primera ocasión por John McCulloch en 1955 y se refería al conocimiento expresado por una máquina hecha por un ser humano (Tsaih, & Hsu, 2018). Una definición de inteligencia artificial dada por Tussyadiah (2020, pág. 7) dice que “la inteligencia artificial se define así como un sistema que piensa humanamente, actúa humanamente, piensa racionalmente o actúa racionalmente”, por tanto la inteligencia artificial se encarga de procesar información sobre necesidades de las personas para facilitar los proceso de decisiones del consumidor (Popesku, 2019). La inteligencia artificial para procesar estos datos hace uso del aprendizaje automático que hace uso varia disciplinas como la estadística, probabilidades, psicología entres otras para poder contruir un modelo que sea representativo de un grupo de datos (Nasteski, 2017).

En este contexto, el aprendizaje automático cuenta con tres técnicas de análisis que son: aprendizaje supervisado, aprendizaje no supervisado y aprendizaje reforzado (Tsaih, & Hsu, 2018).

Aprendizaje supervisado: esta es una metodología que se encarga de extraer datos útiles (Nettleton et al., 2010), procesar datos de entrada, transformarlos en datos de salida y aplicada para hacer predicciones (Cunningham, Cord, & Delany, 2008). Dicho en otras palabras es una técnica que se encarga de categorizar datos a partir en clases (Sharma et al., 2018). Los aprendizaje supervisados más utilizados son: regresión lineal, regresión logística, bayesiano ingenuo, análisis discriminante lineal/cuadrático, máquina de vectores de soporte, arbol de decisión, bosque aleatorio y red neuronal simple (Tsaih, & Hsu, 2018).

Aprendizaje no supervisado: este tipo de aprendizaja tiene dos objetivos: primero se encarga de obtener patrones de los datos y segundo, clasificar los datos en categorías sin tener algún tipo de entrenamiento (Wang, 2016). Aunque en ocasiones este tipo

de aprendizaje se utiliza con el aprendizaje supervisado creando un nuevo entorno llamado aprendizaje semi supervisado con el cuál se pueden hacer una excelente caracterización y estructurar todos los datos no etiquetados (Usama et al., 2019). Existen diferentes tipos de aprendizajes no supervisado como por ejemplo: K agrupamiento, agrupamiento jerárquico, modelo de mezcla gaussiana y sistema de recomendación (Tsaih, & Hsu, 2018).

Aprendizaje reforzado: esta es una técnica que interactúa con el entorno, aprende mediante la prueba y error (Li, 2018) y proporciona el marco cuantitativo y cualitativo para presentar un modelo que permita predecir la toma de decisiones (Dayan, & Niv, 2008). El mayor uso de esta técnica se la hace en: optimización de la estrategia de negociación de la cartera de negociación de opciones, optimizar la carga en la red eléctrica durante los diferentes ciclos de demanda, uso robots para recoger productos del almacén y optimizar el inventario, optimizar el comportamiento de conducción de los vehículos autónomos (Tsaih, & Hsu, 2018).

19.1.1.2 Inteligencia artificial en el turismo.

En la actualidad muchas empresas turísticas hacen uso de la inteligencia artificial para brindar una mejor experiencia a los turistas así por ejemplo el Hilton tiene un conserje en línea y otras empresas turística analizan los datos que se encuentran en redes sociales como Facebook para ofrecer mejores opciones de alojamiento (Kazak et al., 2020). Estos avance en la tecnología han hecho que los negocios no solo se basen en las buenas relaciones personales sino innoven y brinden valor agregado al servicio (Zsarnoczky, 2017).

Los principales trabajos en que se relaciona la inteligencia artificial y el turismo son la predicción de llegada de turistas (Yu, & Schwartz, 2006), identificar factores claves en la implementación de inteligencia artificial (Jabeen et al., 2021; Solakis et al., 2022), las características de las empresas turísticas que han implementado inteligencia artificial (financiación, cadenas de suministros, etc) (Filieri et al., 2021),

19.2 MATERIALES Y MÉTODOS

El presente trabajo se lo desarrollo a inicios del mes de agosto de 2022. La data se la obtuvo de la Web of Science con los siguientes criterios: “artificial intelligence” y “tourism”, la búsqueda se la hizo en la “web of science core collection” dentro de todos los campos (titulo, tópico, resumen), se dejó abierto el período de búsqueda con el objetivo de conocer cuáles fueron los primeros trabajos en esta temática por lo que se obtuvieron 680 datos. Es importante indicar que no se utilizó ninguna otra base de datos como pueden ser Scopus, Google Scholar, Latindex, Scielo, entre otras.

Adicional, se procedió se transformó el archivo obtenido a formato txt para su respectiva depuración que consistió en eliminar datos repetidos y optimizar el análisis posterior (Rodríguez-Insuasti, 2021). Esta técnica se la utilizó en las palabras claves

porque se encontraron palabras que tenían un mismo significado como por ejemplo “artificial intelligence” y “artificial intelligence (AI)” o “AI” por lo que se procedió a los cambios. El programa VOSViewer fue utilizado para el análisis bibliométrico de las palabras claves pero como se anotó existían ciertos problemas con estas por lo que se procedió hacer un archivo llamado tesauro.txt que tiene como objetivo corregir errores. En este caso específico, se abrió el archivo que contenía las palabras claves y se colocó como nombre de columnas la palabra “LABEL” y en la siguiente columna la palabra “REPLACE BY”, a continuación se procedió a verificar las palabras para cambiarlas por ejemplo en el caso de la frase “artificial intelligence” está se copió en la columna “REPLACE BY” de las palabras “artificial intelligence (AI)” y “AI”, posterior se eliminó todas las demás palabras con excepción de las que se explicó.

Otras herramientas ofimáticas útiles para este tipo de trabajo son el gestor de referencias bibliográficas Mendeley 2.61.0, VOSViewer que permite construir redes bibliométricas y Microsoft Excel 2016 para la elaboración de la tablas y gráficas.

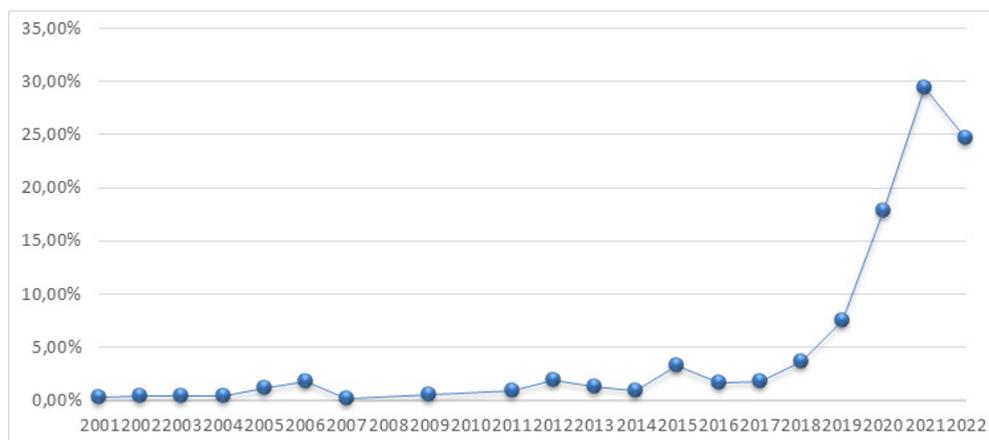
19.3 RESULTADOS

19.3.1 ANÁLISIS DE RENDIMIENTO

19.3.1.1 Análisis de producción científica

En este apartado se muestra de forma gráfica toda la producción científica, presentando la evolución de investigaciones que involucran la inteligencia artificial como herramienta de análisis y predicción turística. Las primeras publicaciones aparecen desde 2001 hasta 2022, totalizan 33 150 citas que pertenecen a 13 567 publicaciones.

Figura 1. Evolución de las investigaciones de inteligencia artificial y turismo



Fuente: elaboración propia.

Para este análisis se dividirá en dos grupos. El primero corresponde desde 2001 hasta 2011 y el segundo desde 2012 a 2022. En el primer grupo, encontramos 42 publicaciones que corresponden apenas al 6,18% del total. El primer artículo encontrado en esta investigación trata sobre un sistema llamado COOL-TOUR donde los amantes al turismo de montaña formaron una comunidad donde podían ingresar datos de recorridos y otros usuarios podían utilizar esa información para mejorar su experiencia (Blanzieri, & Ebranati, 2000). Varios de los artículos publicados en este período de tiempo, explican como la inteligencia artificial brinda información personalizada a partir de los intereses, preferencias (Fink, J., y Kobsa, A., 2002) y de datos transaccionales de los usuarios (Yang, Y., y Marques, N. C., 2005) obtenidos en su mayoría de sitios web de hoteles (Law, 2005), aerolíneas y trenes (Camacho, D., Aler, R., Borrajo, D., y Molina, J. M., 2006) por medio del uso de algoritmos (Goh, C., y Law, R., 2003) que establecen modelos predictivos muy precisos sobre la demanda de viajes desde distintos países (Cho, 2003) o patrones de llegada de turistas a ciertos sitios (Hadavandi, E., Ghanbari, A., Shahanaghi, K., y Abbasian-Naghneh, S., 2011).

En la segunda parte, se encontraron 638 artículos, que corresponden al 93,82% de las publicaciones y como se puede observar en la figura 1, a partir del año 2017 inicia un ascenso acelerado en producciones científicas en temas de inteligencia artificial y turismo. Dentro de las principales investigaciones se puede encontrar trabajos que caracterizan la voluntad a largo plazo de los clientes para integrar la inteligencia artificial en lugares como hoteles, restaurantes, aerolíneas y tiendas minoristas (Lu et al., 2019). Este tipo de integración ayuda en la creación conjunta de valor a la competitividad de las marcas gracias al análisis de grandes volúmenes de datos en tiempo real y complementada con información contextual relevante (Buhalis, D., y Sinarta, Y., 2019), aunque deja abierta muchas aristas de investigación como por ejemplo estudiar las experiencias extrasensoriales, las experiencias hiperpersonalizadas y experiencias más allá de la automatización (Buhalis et al., 2019).

19.3.1.2 Contribución por países

La siguiente tabla muestra lista de los 10 de 81 países que se encontró con la mayor cantidad de publicaciones y citas en temas que relacionan al turismo y la inteligencia artificial. En este listado se puede ver que China es el país con mayor cantidad de publicaciones y citas, con un total de 231 documentos y 2540 citas, luego se encuentra los Estados Unidos con 91 documentos y 1954 citas; y finalmente, está España con 88 documentos y 1219 citas.

Tabla 1. Contribución de investigaciones por países

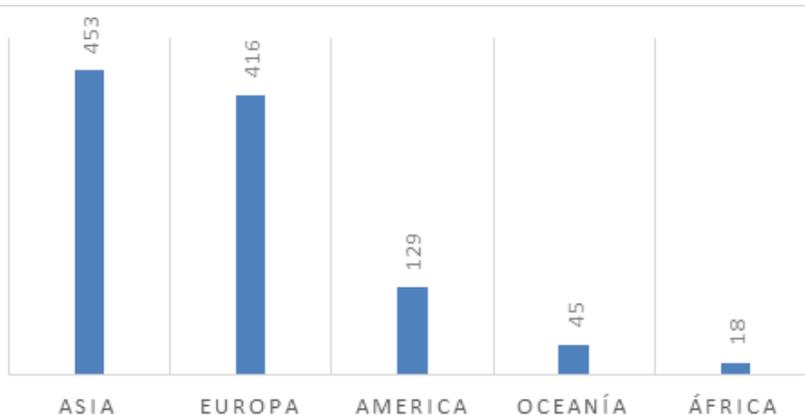
	Países	Documentos	Cantidad de citas
1	China	231	2540
2	Estados Unidos	91	1954
3	España	88	1219

4	Inglaterra	59	1667
5	Corea del Sur	48	282
6	Australia	39	768
7	Taiwán	36	361
8	India	35	783
9	Portugal	30	229
10	Alemania	29	640

Fuente: elaboración propia

Como se menciona al inicio de este apartado, se encontró 81 países divididos en los siguientes continentes. Asia tiene la mayor cantidad de países con 21 y 453 citas. Los tres países que destacan son: China (231 documentos y 2540 citas), Corea del Sur (49 documentos y 282 citas) y Taiwán (36 documentos y 361 citas). El continente que le sigue es Europa con los siguientes tres países: España (88 documentos y 1219 citas), Inglaterra (59 documentos y 1667 citas) y Portugal (30 documentos y 229 citas). En tercer continente es América con los tres principales tres países: Estados Unidos (91 documentos y 1954 citas, Chile (13 documentos y 40 citas) y Canadá (10 documentos y 223 citas), no se pudo encontrar ningún artículo del Ecuador. El cuarto continente es Oceanía con Australia (39 documentos y 768 citas), Nueva Zelanda (5 documentos y 153 citas) e Isla Fiji (1 documento y 6 citas). Finalmente, África con Sudáfrica (15 documentos y 577 citas), Egipto (8 documentos y 9 citas) y Marruecos (5 documentos y 7 citas).

Figura 2. Investigaciones agrupadas por continentes



Fuente: elaboración propia.

19.3.1.3 Desempeño de las revistas

Los datos obtenidos de la Web of Science muestran 313 revistas, de las cuales para este análisis se utilizó las 10 más publicadas, donde el número de artículos (#A), con-

tribución porcentual de cada revista (%), H-Index (HI), la clasificación en la base SCImago (SJR) y el cuartil de la revista fueron tomando en cuenta. Las tres primeras revistas presentados son: Sustainability con 32 artículos, que corresponden al 4,78% del total de revistas, esta revista es académica internacional e interdisciplinaria de acceso abierto de origen suizo. En segundo lugar, está International journal on artificial intelligence con 31 artículos, que corresponde al 4,63 %, esta revista de Singapur ofrece un foro interdisciplinario en donde los investigadores de Inteligencia Artificial pueden compartir sus resultados. Finalmente, International journal of contemporary hospitality management que tiene 21 artículos y contribuye con el 3,13%, esta revista del Reino Unido presenta investigaciones de la gestión hotelera.

Tabla 2. Desempeño de la revista en WoS para temas de inteligencia artificial e turismo

	Fuente	#A	%	HI	SJR	Q
1	Sustainability	32	4,78%	109	0,664	Q1 y Q2
2	International journal on artificial intelligence tools	31	4,63%	33	0,389	Q3
3	International journal of contemporary hospitality management	21	3,13%	100	2,288	Q1
4	IEEE access	18	2,69%	158	0,927	Q1
5	Tourism management	14	2,09%	216	3,383	Q1
6	Tourism review	11	1,64%	38	1,484	Q1
7	International journal of hospitality management	10	1,49%	136	2,512	Q1
8	Worldwide hospitality and tourism themes	10	1,49%	24	0,393	Q2 y Q3
9	Applied sciences-basel	9	1,34%	75	0,507	Q2 y Q3
10	Electronic markets	9	1,34%	41	1,033	Q1 y Q2

Fuente: elaboración propia

19.3.1.4 Contribución por autor

La cantidad de autores que aparecen en la búsqueda es 2 197 de los cuales en la siguiente tabla muestra el rango de los 10 autores que contribuyen significativamente en temas de inteligencia artificial y turismo. La tabla muestra los nombres de los autores, el número de citas (#C), la cantidad de publicaciones (#P) y h-index (HI).

La primera persona en la lista es Dogan Gursoy de la Universidad de Washington (Estados Unidos) quien examina la actitud de las personas hacia el uso de dispositivos inteligentes para servicios turísticos de servicios aéreos y hoteleros (Chi et al., 2022). En segundo lugar está Antonio Moreno quién junto con dos compañeros investigan los valores emocionales dentro de la creación de marcas de destino por lo que hacen una análisis semántico automatizado y no supervisado de 60.000 tweets de 10 ciudades europeas y los valores emociones que estas les transmiten (Jabreel et al., 2017). En segundo lugar, se encuentra Antonio Moreno junto con sus compañeros hacen investigaciones sobre el análisis de grandes volúmenes de datos mediante la agrupación

semántica de sugerencias en la red social Twitter que recoge sugerencias y son de beneficio para los usuarios (Borràs et al., 2017) y en la misma línea analizan los valores emocionales para la creación de marcas de destino (Jabreel et al., 2017). Y en tercer lugar, está Dimitrios Buhalis quién investiga la interacción entre los huéspedes de un hotel e inteligencia artificial al reconocer la voz humana e interpretar los pedidos con la finalidad de cocrear valor sin esfuerzo de manera rentable para el sector hotelero (Buhalis, & Moldavska, 2021)

Tabla 3. Principales autores que escriben sobre inteligencia artificial y turismo

	Autores	# C	# P	HI
1	Gursoy, Dogan	502	163	51
2	Moreno, Antonio	374	98	21
3	Buhalis, Dimitrios	370	233	49
4	Lu, Lu	353	163	37
5	Borras, Joan	344	15	7
6	Valls, Aida	344	58	13
7	Chi, Oscar Hengxuan	335	13	9
8	Staab, S	257	81	30
9	Cimiano, P	254	118	26
10	Hotho, A	254	122	28

Fuente: elaboración propia

19.3.2 ANÁLISIS DE ESTRUCTURA INTELECTUAL

19.3.2.1 Red de coincidencia de palabras clave del autor

En esta sección se hizo uso de una técnica de análisis de contenido mediante la elaboración de mapas visuales semánticos (Morante-Carballo et al., 2021). Para esto se usó el programa VOSViewer que realiza análisis bibliométricos de coocurrencia de las palabras claves presentadas por autores. En este trabajo se encontraron 2.302 palabras claves y se tomó el criterio agruparlas en el caso de aparecer al menos 5 veces en diferentes artículos lo que arrojó 7 grupos, 44 palabras con 260 enlaces y un total de fortaleza entre enlaces de 559, los mismos que a continuación se analizan.

Agrupamiento 1 (rojo): este grupo se lo denominó “inteligencia artificial en sector hotelero” y esta compuesto por 10 nodos con 321 co-ocurrencias y uno de sus artículos trata sobre como será el sector hotelero en 2030 considerando que la fuerza laboral estará constituida por 25% por robots lo que llevaría a que las empresas que se adapten continúen y las que no tengan que desaparecer (Bowen, & Morosan, 2018), como se prueba en otro trabajo que muestra la actitud abierta de los consumidores hacia los servicios dados, el reconocimiento de las ventajas y su experiencia con un robot (Ivanov et al., 2018).

Agrupamiento 2 (verde): este grupo se lo denominó “Técnica de predicción”, está compuesta por 9 nodos con 139 co-ocurrencia. Los artículos en este grupo estudian las técnicas de machine learning y deep learnign en el modo de transporte turístico en una ciudad por lo que, en este caso, los autores proponen un modelo de itinerarios personalizado que mejoró el rendimiento en comparación con métodos anteriores (Zheng et al., 2020), aunque también se amplió este tipo de investigaciones a hotelería y turismo (Go et al., 2020).

Agrupamiento 3 (azúl): este grupo se lo denominó “turismo y sentimientos”, está compuesto por 8 nodos y 90 co-ocurrencias. Los principales trabajos analizan el e-WoM de los sentimientos de turistas, analizan nuevos modelos para medir la calidad, el uso de nuevas tecnologías de análisis inteligente (Borrajó-Millán et al., 2021; Luo et al., 2021) y como ayudó al sector en temas de la pandemia (Hu et al., 2021).

Agrupamiento 4 (amarillo): este grupo no se lo puso nombre porque se encontró temas generales. Esta compuesto por 5 nodo con 34 co-ocurrencias. El principal trabajo analiza la competitividad de empresas turísticas al implementar inteligencia artificial como elemento innovador del sector (Sharma et al., 2021).

Agrupamiento 5 (púrpura): este grupo se lo llamó “internet de las cosas”. Está compuesto por 5 nodos y 34 co-ocurrencias. Uno de los principales trabajos estudia las tendencias globales en el campo de tecnología y turismo como son: inteligencia artificial, internet de las cosas, realidades virtuales; lo que está potenciando la industria a nivel global en especial en las generaciones Y y Z quienes ven claros beneficios en el uso de internet de las cosas y realidad aumentada (Kostin, 2018).

Agrupamiento 6 (celestre): este grupo tiene el nombre de “Big data como ayuda para el sistema de recomendaciones”, está formado por 4 nodos con 44 co-ocurrencias. El principal artículo menciona como las redes sociales y la conectividad aumentan las interacciones para crear un servicio personalizado a partir del análisis de minería datos de big data, la inteligencia artificial y la integración de la inteligencia del consumidor en tiempo real (Buhalis, & Sinarta, 2019).

Agrupamiento 7 (marrón): este grupo se lo llamó “chatbot mejorando la experiencia con el turista” y está compuesto por 3 nodos con 18 co-ocurrencias. Un estudio hecho en la India demostró como que las razones para que empresas hoteleras adopten un chatbot son la facilidad de uso percibido, la utilidad, la confianza percibida, la inteligencia percibida y el antropomorfismo (Pillai, & Sivathanu, 2020).

del análisis de visitas y opiniones pasadas (Fink, & Kobsa, 2002) y dos italianos que trataban sobre un proyecto llamado NESPOL que hacía traducciones automáticas de voz a voz (Metze et al., 2002) y otra investigación presentó un sistema de recomendaciones basado en recomendaciones hechas por turista en una web que ayuda en planes personalizados (Ricci et al., 2002), ya para 2003 aparece el primer artículo publicado por investigadores chinos que integraban la teoría de los conjuntos con el análisis de la demanda de viajes (Goh, & Law, 2003) y para 2006 aparece el primer trabajo presentado por investigadores españoles que trata sobre como la inteligencia artificial es usado para recopilar información de diferentes fuentes heterogéneas (Camacho et al., 2006).

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos de esta revisión bibliométrica muestran resultados interesantes que ayudarán a futuros investigadores en esta línea de investigación. En primer lugar, la producción científica que involucra la inteligencia artificial y el turismo se remonta a 2001 con una floja cantidad de trabajos, esta tendencia se mantuvo hasta el año 2017, de hecho a partir de 2018 existe un aumento acelerado en trabajos de investigación y los trabajos que se destacan tiene que ver con las emociones que genera este tipo de tecnología en los turistas.

Los países que más destacan con investigaciones son China, Estados Unidos y España, esto tiene mucha relación en el caso de los dos primeros países al ser líderes en desarrollo de tecnología y en el caso de España por ser un país vanguardista en el continente europeo. Así mismo, hay un volumen de investigaciones hechas por países asiáticos y europeos a diferencia del continente americano donde sobresalen Estados Unidos y Canadá. De los latinoamericanos el que está mejor ubicado es Chile, aunque en esta revisión no aparece ningún trabajo ecuatoriano.

Las principales revistas que dan cabida a trabajos de este tipo son de turismo como *International journal of contemporary hospitality management*, *Tourism management*, *Tourism review*, *International journal of hospitality management* y *Worldwide hospitality and tourism themes*, todas ellas ubicadas en Q1 con excepción de la última revista mencionada que se encuentran en Q2 y Q3. Esto indica la calidad de los trabajos que se están presentando al presentarse en revista de tan alto impacto.

Los principales autores que investigan son Dogan Gursoy, Antonio Moreno y Dimitrios Buhalis todos de universidades europeas o norteamericanas.

El análisis de las palabras claves por autor nos ayuda al momento de elegir las nuestras, al usar palabras que sean muy utilizadas en nuestro contexto eso nos permitirá aparecer en los primeros lugares de resultados. En este caso las palabras que dominan son “artificial intelligence”, “hospitality”, “machine learning”, “service robot” y “covid-19”.

Finalmente, se puede decir que con estos resultados futuros investigadores podrán trazar las líneas de investigación, conocer cuales son los investigadores referentes para

tomar sus trabajos como parte inicial y conocer que tipo de revistas se encuentran abierta a recibir este tipo de investigaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blanzieri, E., y Ebranati, A. (2000). Supporting tourism culture via CBR. (págs. 358-369). Berlin: Springer.
- Borrajo-Millán, F., Alonso-Almeida, M. D. M., Escat-Cortes, M., y Yi, L. (2021). Sentiment Analysis to Measure Quality and Build Sustainability in Tourism Destinations. *Sustainability*, 3(11), 6015. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su13116015>
- Borràs, J., Moreno, A., y Valls, A. (2017). Diversification of recommendations through semantic clustering. *Multimedia Tools and Applications*, 76(22), 24165-24201.
- Bowen, J., y Morosan, C. (2018). Beware hospitality industry: the robots are coming. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes.*, 10(6), 726-733. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2018-0045>
- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., y Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Service Management.*, 30(4), 484-506.
- Buhalis, D., y Moldavska, I. (2021). Voice assistants in hospitality: using artificial intelligence for customer service. *Journal of Hospitality and Tourism Technology.*, 13(3), 386-403.
- Buhalis, D., y Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582.
- Camacho, D., Aler, R., Borrajo, D., y Molina, J. M. (2006). Multi-agent plan based information gathering. *Applied Intelligence*, 25(1), 59-71.
- Chi, O. H., Gursoy, D., y Chi, C. G. (2022). Tourists' attitudes toward the use of artificially intelligent (AI) devices in tourism service delivery: moderating role of service value seeking. *Journal of Travel Research*, 61(1), 170-185.
- Cho, V. (2003). A comparison of three different approaches to tourist arrival forecasting. *Tourism management.*, 24(3), 323-330.
- Cunningham, P., Cord, M., y Delany, S. J. (2008). Supervised learning. *In Machine learning techniques for multimedia* (págs. 21-49). Berlin: Springer.
- Dayan, P., y Niv, Y. (2008). Reinforcement learning: the good, the bad and the ugly. *Current opinion in neurobiology*, 18(2), 185-196.
- Dolničar, S., y Leisch, F. (2001). Behavioral market segmentation of binary guest survey data with bagged clustering. *In International Conference on Artificial Neural Networks* (págs. 111-118). Berlín: Springer.

- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., ... y Williams, M. D. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 1011994.
- Filieri, R., D'Amico, E., Destefanis, A., Paolucci, E., y Raguseo, E. (2021). Artificial intelligence (AI) for tourism: an European-based study on successful AI tourism start-ups. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(11), 4099-4125.
- Fink, J., y Kobsa, A. (2002). User modeling for personalized city tours. *Artificial intelligence review*, 18(1), 33-74.
- Go, H., Kang, M., y Suh, S. C. (2020). Machine learning of robots in tourism and hospitality: interactive technology acceptance model (iTAM)-cutting edge. *Tourism Review*, 75(4), 625-636.
- Goh, C., y Law, R. (2003). Incorporating the rough sets theory into travel demand analysis. *Tourism Management*, 24(5), 511-517.
- Hadavandi, E., Ghanbari, A., Shahanaghi, K., y Abbasian-Naghneh, S. (2011). Tourist arrival forecasting by evolutionary fuzzy systems. *Tourism Management*, 32(5), 1196-1203.
- Hu, F., Teichert, T., Deng, S., Liu, Y., y Zhou, G. (2021). Dealing with pandemics: An investigation of the effects of COVID-19 on customers' evaluations of hospitality services. *Tourism Management*, 85, 104320.
- Ivanov, S., Webster, C., y Seyyedi, P. (2018). Consumers' attitudes towards the introduction of robots in accommodation establishments. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 66(3), 302-317.
- Jabeen, F., Al Zaidi, S., y Al Dhaheri, M. H. (2021). Automation and artificial intelligence in hospitality and tourism. *ourism Review*, 77(4), 1043-1061. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/TR-09-2019-0360>
- Jabreel, M., Moreno, A., y Huertas, A. (2017). Semantic comparison of the emotional values communicated by destinations and tourists on social media. *Journal of destination marketing & management*, 6(3), 170-183.
- Kazak, A. N., Chetyrbok, P. V., y Oleinikov, N. N. (2020). Artificial intelligence in the tourism sphere. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 421, pág. 042020. Krasnoyarsk: IOP Publishing. <https://iopscience.iop.org/year/1755-1315/Y2020>
- Kostin, K. B. (2018). Foresight of the global digital trends. *Strategic Management-International Journal of Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management*, 23(1).
- Law, R. (2005). Fuzzy evaluation of hotel websites. In *International Conference on Advanced Data Mining and Applications* (págs. 507-514). Berlin, Heidelberg: Springer.

- Li, Y. (2018). Deep reinforcement learning: An overview. *arXiv:1810.06339*.
- Lu, L., Cai, R., y Gursoy, D. (2019). Developing and validating a service robot integration willingness scale. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 36-51.
- Luo, J. M., Vu, H. Q., Li, G., y Law, R. (2021). Understanding service attributes of robot hotels: A sentiment analysis of customer online reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 98, 103032. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103032>
- Metze, F., McDonough, J., Soltau, H., Waibel, A., Lavie, A., Burger, S., ... y Taddei, L. (2002). The NESPOLE! Speech to Speech Translation System. In *Human Language Technologies 2002*, (pág. 6). San Diego.
- Morante-Carballo, F., Montalván-Burbano, N., Carrión-Mero, P., y Jácome-Francis, K. (2021). Worldwide research analysis on natural zeolites as environmental remediation materials. *Sustainability*, 13(11), 6378.
- Nasteski, V. (2017). An overview of the supervised machine learning methods. *Horizons*, b(4), 51-62.
- Nettleton, D. F., Orriols-Puig, A., y Fornells, A. (2010). A study of the effect of different types of noise on the precision of supervised learning techniques. *Artificial intelligence review*, 33(4), 275-306.
- Pillai, R., y Sivathanu, B. (2020). Adoption of AI-based chatbots for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management.*, 32(10), 3199-3226. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0259>
- Popesku, J. (2019). Current applications of artificial intelligence in tourism and hospitality. In *Sinteza 2019-International Scientific Conference on Information Technology and Data Related Research* (págs. 84-90). Belgrado: Singidunum University. <https://portal.sinteza.singidunum.ac.rs/>
- Ricci, F., Arslan, B., Mirzadeh, N., y Venturini, A. (2002). ITR: a case-based travel advisory system. In *European Conference on Case-Based Reasoning* (págs. 613-627). Berlín: Springer.
- Rodríguez-Insuasti, H. U. (2021). Big data en áreas de la Administración de Empresas: Un análisis bibliométrico. *Revista Científica Multidisciplinaria SAPIENTIAE*, 4(7), 181-192.
- Sharma, K., Jain, M., y Dhir, S. (2021). Analysing the impact of artificial intelligence on the competitiveness of tourism firms: a modified total interpretive structural modeling (m-TISM) approach. *International Journal of Emerging Markets*, 17(4), 1067-1084. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJO-EM-05-2021-0810>
- Sharma, M., Sharma, S., y Singh, G. (2018). Performance analysis of statistical and supervised learning techniques in stock data mining. *Data*, 3(4), 54.

- Solakis, K., Katsoni, V., Mahmoud, A. B., y Grigoriou, N. (2022). Factors affecting value co-creation through artificial intelligence in tourism: a general literature review. *Journal of Tourism Futures, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JTF-06-2021-0157>
- Tsaih, R. H., y Hsu, C. C. (2018). Artificial intelligence in smart tourism: A conceptual framework. In *Proceedings of The 18th International Conference on Electronic Business* (págs. 124-133). Guilin, China: ICEB. <https://core.ac.uk/download/pdf/301379098.pdf>
- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 102883.
- Usama, M., Qadir, J., Raza, A., Arif, H., Yau, K. L. A., Elkhatib, Y., ... y Al-Fuqaha, A. (2019). Unsupervised machine learning for networking: Techniques, applications and research challenges. *IEEE access*, 7, 65579-65615.
- Wang, L. (2016). Discovering phase transitions with unsupervised learning. *Physical Review B*, 94(19), 195105.
- Yang, Y., y Marques, N. C. (2005). User group profile modeling based on user transactional data for personalized systems. In *Portuguese Conference on Artificial Intelligence* (págs. 337-347). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Yu, G., y Schwartz, Z. (2006). Forecasting short time-series tourism demand with artificial intelligence models. *Journal of travel Research*, 45(2), 194-203.
- Zeng, Z., Chen, P. J., y Lew, A. A. (2020). From high-touch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. *Tourism geographies*, 22(3), 724-734.
- Zhang, C., & Huang, Z. (2015). Mining tourist motive for marketing development via twice-learning. *Applied Artificial Intelligence*, 29(2), 119-133.
- Zheng, W., Liao, Z., & Lin, Z. (2020). Navigating through the complex transport system: A heuristic approach for city tourism recommendation. *Tourism Management*, 81. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104162>
- Zsarnoczky, M. (2017). How does artificial intelligence affect the tourism industry? *VADYBA*, 31(2), 85-90.

CAPÍTULO 20

EMPRENDIMIENTO JUVENIL COMO HERRAMIENTA DEL DERECHO AL TRABAJO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA - ECUADOR YOUTH ENTREPRENEURSHIP AS A TOOL OF THE RIGHT TO WORK IN THE PROVINCE OF SANTA ELENA-ECUADOR

Pico Gutiérrez Eduardo¹

Robles Riera Lisseth²

Loor Solórzano María³

1 orcid.org/0002-2388-0253

2 orcid.org/0000-0001-6404-6196

3 ORCID: 0002-2388-0253, 0000-0001-6404-6196, 0000-0003-3335-0755. Universidad Estatal Península de Santa Elena epico@upse.edu.ec. orcid.org/0000-0003-3335-0755

RESUMEN

La temática tratada acerca del Emprendimiento juvenil como herramienta del Derecho al Trabajo, tiene como objetivo principal Identificar la iniciativa y creatividad de los jóvenes emprendedores en el contexto del trabajo autónomo que impulsen sus habilidades y capacidades para el desarrollo de negocios, ya que como consecuencia de la pandemia del covid-19, se han visto en la obligación de enfrentar desde distintos espacios y perspectivas la necesidad de generar fuentes de ingreso para mejorar la calidad de vida. El emprendimiento juvenil prácticamente se ha generado en función de las necesidades de encontrar una actividad que sea de su preferencia y ha permitido que fluya el espíritu emprendedor de gran cantidad de jóvenes. La metodología se basa en una investigación exploratoria descriptiva, los métodos utilizados son analítico e inductivo, se aplicó una encuesta virtual para receptar la información fidedigna y oportuna que facilitó el análisis de los datos y contrastar resultados sobre los esfuerzos, necesidades, situaciones complejas, el mercado y los sectores en que los jóvenes protagonistas de las ideas emprendedoras han incursionado, dedicado e impulsado los negocios, en conclusión, se ha comprobado el talento, la capacidad creativa, la audacia para utilizar las herramientas tecnológicas y las redes sociales que han sido su mejor aliado para sacar adelante sus emprendimientos en el área comercial, el sector servicios y hasta la producción artesanal y casera que han llevado a la práctica los jóvenes de la sociedad peninsular y el país.

Palabras clave: Emprendimiento; jóvenes; contexto; derecho al trabajo; creatividad.

ABSTRACT

The main objective of the topic addressed about Youth Entrepreneurship as a tool of the Right to Work is to identify the initiative and creativity of young entrepreneurs in the context of self-employment that promote their skills and abilities for business development, since as a consequence of the covid-19 pandemic, they have been forced to face from different spaces and perspectives the need to generate sources of income to improve the quality of life. Youth entrepreneurship has practically been generated based on the need to find an activity that is of your choice and has allowed the entrepreneurial spirit of a large number of young people to flow. The methodology is based on a descriptive exploratory research, the methods used are analytical and inductive, a virtual survey was applied to receive reliable and timely information that facilitated the analysis of the data and contrast results on the efforts, needs, complex situations, the market and the sectors in which the young protagonists of entrepreneurial ideas have ventured, dedicated and promoted business, in conclusion, the talent, the creative capacity, the audacity to use the technological tools and the social networks that have been their best ally to carry out their ventures in the commercial area, the service sector and even the artisanal and homemade production that the young people of the peninsular society and the country have put into practice.

Keywords: Entrepreneurship; youths; context; right to work; creativity.

20.1 INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es la acción de crear un negocio con la finalidad de satisfacer las necesidades, generar ingresos propios o incluso bienestar social, es una opción que escogen la mayoría de personas al observar que los niveles de desempleo son cada vez mayores, las personas emprendedoras buscan una idea y se aventuran en desarrollarla y que esta a su vez tenga gran acogida en la sociedad peninsular. Estamos en medio de una revolución donde la mayoría de personas ha cambiado la manera de pensar y de vivir, la pandemia mundial ha ocasionado la activación del espíritu emprendedor y de la creatividad humana especialmente en los jóvenes en todo el mundo visionando el emprender no solamente como una opción de mejorar la calidad de vida de sus familias, sino que visualizando el derecho al trabajo como aporte al desarrollo económico y social del país, pues el emprendimiento brinda empleo a más personas.

El emprendimiento juvenil es un tema de mayor enfoque hoy en día, su importancia se dio al notar el carecimiento de empleos formales y la insuficiente actividad laboral en los jóvenes, lo que se busca es incluir en la sociedad a individuos capaces de participar en el entorno económico a través de un negocio o microempresa, lo que a su vez se facilita ya que se han creado programas que apoyan estas ideas innovadoras. Uno de los principales desafíos que enfrentó la mayoría de los países del mundo es el desempleo juvenil. Ecuador no era la excepción: en el 2012 – 2017 alrededor de 200 mil personas de entre 18 y 34 años estarían desempleadas, con otras 500 mil en el subempleo (INEC, 2018). El fomento y apoyo al emprendimiento de los jóvenes se considera como una estrategia crítica para poder integrarlos en el mercado laboral, aprovechando al máximo su potencial de contribuir significativamente al desarrollo económico.

La creación de estos emprendimientos ayuda a todas las personas en general en la comunidad puesto que los jóvenes emprendedores investigan y analizan que es lo que a los ciudadanos les hace falta en los tiempos actuales y eso lo ponen en marcha, hay algunas cosas que sobresalen cómo por ejemplo todo emprendimiento con el fin de realizar actividades o entregas a domicilio cosa que a los ciudadanos les parece importante ya que debido a las secuelas de la pandemia prefieren no salir de sus casas u oficinas por miedo al contagio o por el confort de recibir su pedido en el hogar o el lugar de trabajo, de tal forma que mediante estos emprendimientos se ayuda a generar empleo para la sociedad que lo necesita y se apoya a los emprendedores que se arriesgaron a iniciar sus negocios.

Es pertinente destaca que se logra aumentar y fortalecer el espíritu emprendedor de los individuos, lo que proyecta mayor participación de las aptitudes y cualidades emprendedoras ya que provocan efectos positivos, sea en la creación de microempresas o el crecimiento de negocios ya existentes contribuyendo a la disminución del desempleo, por ende, favorece al desarrollo socioeconómico de la provincia, donde las instituciones financieras públicas y privadas están ofertando programas de financiamiento para emprendimientos juveniles. Hay por tanto más oportunidades y facilidades de emprender, además, la tecnología ha hecho posible que cada día contemos con más y mejores herramientas con las que se puede acceder a contenidos informativos, transmitir datos e imágenes, comunicarnos y relacionarnos con otras personas.

Muchas de las llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), están basadas en el uso de Internet y se han incorporado como aplicaciones o servicios que utilizamos desde nuestro ordenador, tableta o teléfono móvil. Diversos estudios sobre emprendimientos juveniles desembocan en el análisis de cuáles son las motivaciones de los jóvenes para emprender, a lo que varios autores manifiestan que, en la actualidad, la mayoría emprende por la dificultad de encontrar empleo, y en ciertos casos por haber perdido su trabajo debido a la crisis ocasionada por la pandemia, teniendo a su vez que enfrentarse a multitud de retos y contrastes consecuencia de la pésima situación económica que vive el mundo.

En este sentido, destacan el hecho de que el 80% aproximadamente de la población en Europa, considera que el principal problema es la crisis económica actual y que para solucionar esta situación es necesario apoyar a los empresarios y fomentar el empleo juvenil. Expresan que se incrementan las cifras de la evolución de emprendedores y ponen de relieve la influencia de la edad en el perfil emprendedor. Respecto a las principales cualidades que debe tener un emprendedor, muchos autores afirman que debe contar con las habilidades de: originalidad, innovación, moderada aversión al riesgo, aceptación de sus responsabilidades, conocimiento de los resultados de sus actos, planificación a largo plazo, necesidad de logro, autoconfianza, optimismo, creatividad, autonomía, entre otros.

(Gonzalo Rivas, 2020) Señala en su libro titulado “Respuestas al COVID desde la ciencia, la innovación y el desarrollo productivo” cuya investigación pretende ser un primer paso en una dirección y busca compartir experiencias acerca de las intervenciones que se están desplegando desde lo productivo, la innovación y la ciencia para mitigar los impactos del COVID-19 en los países de América Latina. Incluye información relevante y hace referencia a experiencias prácticas que se están implementando desde las políticas públicas a través de programas para emprendedores y en el contexto privado mediante el financiamiento de proyectos de desarrollo productivo microempresarial.

También es importante, compartir una serie de reflexiones y lineamientos iniciales sobre cómo desde determinados ámbitos se puede contribuir a la generación de las condiciones para acelerar la salida de la crisis y sentar las bases para una reactivación económica en la región peninsular, sobre todo por la oportunidad que entidades públicas y gobiernos seccionales están desarrollando programas de apoyo a los emprendimientos juveniles innovadores para que puedan introducirse al mercado y ofrecer sus productos. La epidemia nos ha dejado con gran incertidumbre y un aprendizaje constructivista en especial por las consecuencias reales que ocasionó sobre la población y el tejido productivo.

Varios críticos exponen que el periodo flexible de teletrabajo y teleducación ha permitido ayudar a cada región no solo a reducir los contagios, y no sobrecargar los hospitales públicos y privados, se destaca las ideas homogéneas de ganar tiempo para tener una lluvia de ideas y pensar como el mundo puede volver a la normalidad y a realizar actividades consecuentes con la realidad, emprender negocios innovadores y desarrollar acciones que aporten al plantear soluciones al problema actual, la reacti-

vación de las clases presenciales es un aporte importante para impulsar desde la formación integral y la academia una nueva perspectiva para enfrentar la vida y ser mejores personas y excelentes profesionales.

Por el momento la crisis se ve como una nueva oportunidad para poder transformar y emprender nuevos modelos e ideas de negocios, lo que ha llevado a que la mayoría de personas se adapte a la tecnología y eso logra un avance en la población pues acelera la transformación digital, herramienta que impulsa el desarrollo de nuevos negocios y generar ideas innovadoras que motiven a la comunidad a emprender desde su lugar, su espacio, su casa, no se sabe cuándo será el fin de la pandemia, pero en su transcurso se debe ir promoviendo procesos para la recuperación, los cuales deben ir de la mano con el impacto ambiental y la inclusión social.

Este artículo muestra el propósito del emprendimiento que es una estrategia, utilizada en las universidades para que lo jóvenes ya vayan teniendo esa visión de emprender, por ende, al momento de crear una microempresa tengan esa oportunidad de ofrecer fuentes de trabajos y a la vez seguir creciendo como persona y profesional. Una de las ventajas de inculcar el emprendimiento es que los jóvenes tengan autoempleo y darle esa motivación necesaria para llegar a ser líderes en las empresas y negocios en las que tengan la oportunidad de desarrollar sus competencias, ese gran aliento e impulso les permita crear y lograr grandes cosas.

Hoy en día los profesores deben formar a los estudiantes llevándolos a generar y encontrar ideas innovadoras para emprender en lo que les gusta y les puede deparar el futuro. En fin, el emprendimiento en la actualidad ha ganado mucha categoría porque todas las personas buscan la manera de crear y aprovechar las oportunidades para lograr su independencia financiera, mejorar su economía, motivados por desarrollar emprendimientos que sean fuentes de trabajo, permitan ayudar a tener ingresos a otras personas que sean nuestros colaboradores y a la vez faculte el convertirse en empleadores y líderes que influyan en mejorar las condiciones de vida de los involucrados.

El emprendimiento se concibe como “la iniciativa de crear una idea de negocio que implique un conjunto de acciones para la construcción de estrategias que permitan generar ganancias” (Martins, 2020). El Emprendimiento ocurre cuando un individuo o sociedad lleva a cabo la idea de un negocio y asume un peligro o riesgo económico en el que invierte recursos con el objetivo de tener un gran impacto en la sociedad y tener éxito en la creación de una empresa, donde deberá aportar sus conocimientos y esfuerzo físico para sobrellevar los posibles problemas que pueda tener, la mayoría de emprendimientos se basan en la innovación ya que siempre tratan de satisfacer las necesidades ilimitadas de las personas con nuevos productos o servicios.

Cuando una o varias personas por el simple hecho de arriesgarse a iniciar un negocio tienen el espíritu emprendedor arraigado, no importa si es alto o bajo el riesgo, lo que importa es que debe tener fijadas sus metas para seguirlas, y cumplir con lo planeado a través de las estrategias apropiadas, que incluye la motivación y la capacidad que puede poseer una persona de identificar una oportunidad y luchar por ella con el

deseo vehemente de lograr su ideal. La importancia de tener un espíritu emprendedor dinámico es que la ambición de tener las ganas de progresar, tener una vida con éxito y un constante crecimiento, se puede reflejar en las ganancias, teniendo en cuenta el estudio y análisis del mercado, el uso de los conocimientos y la formación profesional, además de aplicar todo lo que hemos aprendido durante nuestra vida.

(Olivero & Campo, 2018), expone en su artículo que: el emprendimiento surge frente a la falta de oportunidades y los fenómenos de desempleo o exclusión, comienza a vislumbrarse como una necesidad el desarrollo de capacidades para la generación de soluciones, llevando a que conceptos como emprendimiento e innovación, cobren cada vez mayor relevancia. Se indica que el emprendimiento es un tema que cobra mayor importancia con el pasar del tiempo, el cual nace por las necesidades y el derecho de las personas que pretenden conseguir un empleo o trabajo que permita una estabilidad económica, entonces crean negocios, planteando ideas y transformándolas en algo material mediante la innovación y la creatividad, que aporte a generar ingresos para el mentor y sus colaboradores, quienes también tienen derecho al trabajo.

Con el pasar del tiempo todo va en constante evolución, es así como en la actualidad tenemos algunos factores que permiten llevar a cabo nuevas ideas de negocios, como lo es la tecnología que permite llevar nuestros emprendimientos o darlos a conocer en diferentes lugares del mundo, muchos jóvenes generan nuevas ideas e incluso los preparan desde las unidades educativas, la Universidad y tienen apoyo del Estado, lo que permite desarrollar lo que se proponen. El emprendimiento juvenil ayuda a muchos jóvenes a que puedan tener un desarrollo económico por sus propios medios puesto que hoy en día es difícil encontrar un empleo digno.

Desarrollar ideas emprendedoras para los jóvenes es de suma importancia tanto por lo económico como también para el desarrollo personal y profesional, ponen en juego las capacidades adquiridas poder crear y dar empleos para más jóvenes. Gracias a estos emprendimientos pueden desarrollar sus competencias para generar sus propias plazas de trabajo y ofrecer ayuda a más jóvenes que lo necesitan, el emprendimiento exitoso será de mucho beneficio para todos los jóvenes que se inclinaron por realizar estas actividades y lograron concretarlas.

Un emprendimiento tiene que dar pasos muy importantes para que la idea logre afianzarse, las empresas no nacen ni se estructuran por sí solas, antes de poner en marcha el negocio el emprendedor después de haber **planificado**, tiene que **organizar** la forma en que la empresa va a funcionar dependiendo de su actividad comercial. La organización en un emprendimiento tiene una gran importancia para asegurar el buen funcionamiento de cualquier negocio (Vargas, 2019). La planificación y organización es de suma importancia para un emprendimiento o cualquier actividad que se vaya a realizar ya que desde el inicio se debe tener identificado lo que se quiere hacer y cómo se lo va a realizar, porque son las bases para crear una empresa propia, cuyos requerimientos faciliten el trabajo de la persona emprendedora.

Es necesario y extremadamente importante para un emprendedor o un empresario, antes de poner en marcha un nuevo proyecto empresarial, realizar una investigación comercial, un estudio de mercado para comprender la situación y necesidades del

mercado, para poder enfocar el negocio y tener, de esta manera, mayores probabilidades de éxito. (Fernandez, 2017). Es de vital importancia realizar un estudio de mercado, porque a través de éste se podrá direccionar el producto o servicio según las necesidades de nuestros posibles clientes y saber si tendrá acogida nuestro emprendimiento, estudiar la oferta y la demanda, identificar estrategias de promoción y diferenciación, también realizar un análisis FODA o DAFO, puede ayudar a hacer frente a la competencia en base a las fortalezas y debilidades que dispone y la descripción de las amenazas y oportunidades que se observa en el entorno.

(Slusarczyk & Morales, 2016), Declaran que la estrategia empresarial describe generalmente cómo se logran los objetivos utilizando los recursos que se posee. Como los recursos disponibles son limitados, la estrategia toma más importancia e implica el establecimiento de metas, anticipación de la conducta de los demás (competidores), determinación de las acciones y la movilización de recursos para la ejecución de las actividades. Todo emprendimiento busca la sostenibilidad y uno de los factores para lograr los objetivos planteados de la organización son las estrategias empresariales, que se sintetizan en descripción de la Naturaleza del proyecto, el análisis de mercado, técnico, administrativo, legal, ambiental económico y financiero, que ayudan a plantear ideas y tomar decisiones respecto al buen uso de los recursos para llegar a la meta.

La financiación o financiamiento es el proceso por el cual una persona o empresa capta fondos para emprender o invertir. Así, dicho recursos podrán ser utilizados para solventar la adquisición de bienes o servicios, o para desarrollar distintos tipos de inversiones”. (Westreicher, 2020). El financiamiento es la obtención de dinero que puede ser utilizado para el presupuesto de una obra, un proyecto o un emprendimiento, en el ámbito de una empresa puede servir para pagar a los proveedores o empleados, adquirir maquinarias, equipos, herramientas, materias primas, entre otros, constituyéndose en un factor esencial para el desarrollo de la economía y en los actuales momentos para reactivar el flujo de los negocios que permita impulsar las ideas emprendedoras que oriente el camino para salir de la crisis ejecutando proyectos de inversión factibles y viables.

En definitiva, es también un estudio del comportamiento organizacional, es decir, el campo de estudio que se encarga de investigar el impacto que los individuos, los grupos y la estructura organizativa, tienen sobre el comportamiento en las organizaciones, con el fin de aplicar esta información al mejoramiento de la eficacia de la organización (SIERRA, 2009, pág. 26). En palabras prácticas el análisis organizacional es una disciplina que nos da diferentes tipos de modelos, técnicas o herramientas que ayuda al enfrentamiento de problemas tanto externos como internos de una organización. También sirve para hacer diagnósticos sobre la gestión en las organizaciones, sus situaciones y contextos actuales, permitiendo la intervención de los diferentes roles o niveles jerárquicos de la empresa para resolver posibles problemas.

El Marco Legal del Emprendimiento juvenil se fundamenta en que, (Asamblea Nacional, 2008) El fundamento legal que estipula la Constitución de la República del Ecuador vigente en referencia a esta temática expresa: Art. 39.- El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de

políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

Ecuador es un país garantista de derechos, más que todo es un país de oportunidades, y a los jóvenes ecuatorianos le da la oportunidad que se les garantice derechos como la salud, vivienda, trabajo, y emprendimiento etc. En este último en los días graves que atravesamos mundialmente por pandemia, los jóvenes ecuatorianos se vieron en la necesidad de emprender, de innovar para poder sustentar sus gastos y necesidades básicas; el Estado ecuatoriano al margen de lo estipulado en el artículo que se preside, modificó la ley orgánica de emprendimiento para que también sean tomados en cuenta este sector de la población. El estado tiene la obligación de crear políticas públicas para que garantice el ejercicio efectivo de este derecho para que se los incluya en la participación activa de poder ser emprendedores, y se los debe reconocer como actores estratégicos.

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

El Emprendimiento es una modalidad de trabajo autónomo puesto que este lo va a realizar cualquier persona de forma directa que quiera tener un beneficio, o se lucre de esta actividad económica. Se considera que quien emprende es considerado un trabajador autónomo ya que este va asumir el reto de poder cristalizar su ingenio y ver resultado de aquello.

La relevancia de la normativa actual vigente a la que hace referencia el Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor. (LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN, 2020). Siendo el emprendimiento un factor importante para la economía, la Asamblea Nacional del Ecuador aprueba la Ley Orgánica del Emprendimiento e Innovación (LOEI), dándole así una formalidad a los negocios y creando un ecosistema favorable para su desarrollo, al implementar las políticas públicas, simplifica el trámite para la creación de negocios otorga recursos económicos, lo cual motiva a fomentar nuevos proyectos, colocando en las manos de las personas jóvenes la capacidad que tienen para desenvolverse en actividades e ideas nuevas innovadoras.

La Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de emprendimiento e innovación para la implementación efectiva del emprendimiento juvenil expresa lo siguiente: Art.

1.- A continuación del artículo 12 de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, agréguese un artículo con el siguiente texto:

“Art. 12.1.- De la Bolsa del Emprendimiento.- La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia Tecnología e Innovación creará la Bolsa de Emprendimiento que consiste en una plataforma que integra los proyectos de emprendimientos o planes de negocios que fueron presentados por las y los recientes profesionales como trabajos de titulación en las instituciones de educación general y superior y que son calificados y aprobados por el Comité de Calificación y Acompañamiento.

Art. 76.- Emprendimiento innovador.- Es un proyecto orientado al desarrollo de un nuevo o significativamente mejorado bien o servicio cuyo factor fundamental es el uso del conocimiento que se genera a partir de procesos de investigación, desarrollo experimental y tecnológico o procesos creativos con base científica, cuyo fin último es su introducción en el mercado. La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, en coordinación con el resto de actores de este sistema, fomentará los procesos de innovación social necesarios para impulsar emprendimientos innovadores. La ley orgánica de emprendimiento tuvo ciertas reformas que favorecen a los jóvenes ecuatorianos, a crear y a ser parte del sector productivo de nuestro país, así mismo fomenta que los proyectos puedan ser presentados como trabajos de titulación en las IES del país, es una buena oportunidad que tiene como fin garantizar los derechos de los jóvenes, el derecho al trabajo, en el que puedan desarrollar sus talentos, habilidades y conocimientos.

20.2 MATERIALES Y MÉTODOS

El diseño de la investigación es aquel que define como los métodos y técnicas elegidas por un investigador son combinados de una manera razonable y lógica para el manejo eficiente del problema de investigación, (Castro, Meléndez, & López, 2018). Esta guía orientó el estudio en este caso es una investigación exploratoria descriptiva, que se centra en analizar aspectos concretos de la realidad describe características y componentes de la temática tratada; tiene un enfoque mixto, es decir, cuali-cuantitativo porque facilita desagregar cualidades y elementos del emprendimiento, además de indicadores y parámetros de los sectores y las estrategias utilizadas.

“El empleo del método analítico resulta imprescindible para poder descubrir las principales relaciones de causalidad que existen entre los sucesos o variables de la realidad investigada”. (Calduch, 2015). En el trabajo se aplicó el método analítico, porque facilita el estudio de las partes desagregando indicadores específicos de tema tratado, y también el método inductivo puesto que los datos auscultados conducen la interpretación de lo particular hacia lo general, haciendo un acercamiento al objeto de estudio, para desglosar los aspectos importantes y proponer alternativas de solución a través de las conclusiones generales acerca de la temática.

La población, conjunto total de personas que poseen características similares visibles en un lugar y en un momento determinado, para efectos de la presente investiga-

ción se procedió a seleccionar de todos los jóvenes que poseen algún tipo de emprendimiento en la Provincia de Santa Elena. La muestra, subconjunto de la población que conforma una parte representativa a quienes se indagó los datos y la información referente el estudio, para el caso se utilizará el muestreo por conveniencia a 200 emprendedores, que serán los informantes calificados y elegidos para aplicar los instrumentos pertinentes al entorno del trabajo.

Las técnicas de recolección, son procedimientos y actividades que le dan acceso al investigador a obtener la información necesaria para dar cumplimiento de su objetivo. Mientras que un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso que usa el investigador para aproximarse a los fenómenos y sacar de ellos la información para su investigación, (Terán, 2020). La técnica utilizada fue la encuesta que por motivo de la situación actual se dio de manera online, cuya finalidad es conocer sobre las características del emprendimiento que llevan a cabo.

Se utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario, con preguntas objetivas, de opción múltiple para obtener información fidedigna de los indicadores que engloban las variables consideradas. Se aplicó de manera online y fueron canalizadas por medio de internet a través de e-mail y redes sociales a los informantes seleccionados, la encuesta online actualmente es una herramienta que muchos utilizan por su eficacia a la hora de recolectar datos, y la forma de procesar la información fue a través de la plataforma Google Forms y el utilitario Excel cuyos resultados fueron satisfactorios.

20.3 RESULTADOS

Tabla 1.- Sectores de los emprendimientos juveniles.

Tipo de Emprendimiento	Encuestados	Porcentaje
Comercial	75	37,50
Producción	31	15,50
Servicios	62	31,00
Alimentación	19	9,50
Transporte	10	5,00
Otros	3	1,50
Total	200	100%

Fuente: Encuesta a Emprendedores juveniles, Santa Elena.

Según los datos los resultados, más de la tercera parte, el 37,5% de jóvenes emprendedores posee un negocio que se encuentra en el sector comercial; en el sector servicios se ubica una considerable proporción equivalente al 31% de emprendedores; dedicados a la producción se evidencian que hay un 15,5% de microempresarios, una cifra ineresante que elabora sus propios productos; en el sector alimenticio está un

apreciable 9,5% que corresponde a los negocios de gastronomía en una provincia turística por tradición, el sector de Transporte y Otros abarcan un 6,5% que complementa la muestra de informantes auscultados, en definitiva el casco comercial de la provincia se encuentra en el cantón La Libertad y es donde se ubican la mayoría de negocios de este ámbito.

Tabla 2.- Segmentos de mercado de los emprendimientos juveniles.

Segmento de mercado	Encuestados	Porcentaje
Público en general	64	32,00
Niños/niñas	21	10,50
Adolescentes	22	11,00
Jóvenes	30	15,00
Jóvenes adultos	26	13,00
Adultos	24	12,00
Adultos mayores	13	6,50
Total	200	100%

Fuente: Encuesta a Emprendedores juveniles, Santa Elena.

La información recolectada en la tabla 2, muestra que el 32% es decir casi la tercera parte de emprendedores encuestados direccionan sus productos y servicios al público en general, mientras que segregando por segmentos específicos el segmento más focalizado son los jóvenes con el 15%, también se orientan en los jóvenes adultos un considerable 13%, el segmento adultos capta un 12% muy prometedor, en tanto que los adolescentes representan un atractivo 11%, y el segmento niños representa un respetable 10,5%; posiblemente la mayoría de emprendimientos ofertan para todo público debido al riesgo de ofrecer productos y servicios exclusivamente para un grupo específico de personas que se convierten en sus clientes o consumidores permanentes.

Tabla 3.- Medios de Promoción y Publicidad de los emprendimientos juveniles.

Publicidad y Promoción	Encuestados	Porcentaje
Página web	13	6,50
Facebook	54	27,00
Instagram	37	18,50
Whats app	64	32,00
Tic toc	21	10,50
Herramientas tradicionales	8	4,00
Otros	3	1,50
Total	200	100%

Fuente: Encuesta a Emprendedores juveniles, Santa Elena.

En base a los datos recopilados la Tabla 3, demuestra que el 32% de los emprendedores utilizan WhatsApp como herramienta de publicidad y promoción para maximizar sus ventas; mientras que el 27% emplea Facebook, la página de compartir en tu historia es una de las más usadas para ofrecer productos o servicios; Instagram que es un medio muy interactivo lo utilizan el 18,5%; además el 10,5% se inclina por la el nuevo boom dinámico del Tic toc; también cabe señalar que un respetable 6,5% utiliza su página web para promocionar sus ventas; finalmente se reparten entre las Herramientas tradicionales y Otros el 5,5% entre los que se sintetizan la Radio, el Periódico, las Tarjetas de presentación y la publicidad estática.

Tabla 4.- Alternativas de Financiamiento para Emprendimientos.

Forma de Financiamiento	Encuestados	Porcentaje
Propio	63	44,50
Préstamo familiar	31	27,00
Socios-Inversionistas	29	14,50
Financiado (Bancos)	45	32,50
Prestamista informal	23	21,50
Otros	9	4,50
Total	200	100%

Fuente: Encuesta a Emprendedores juveniles, Santa Elena.

En referencia a los datos de la tabla 4, se evidencia que el 44,5% de los jóvenes encuestados señalan que la mejor manera para emprender es el financiamiento con propios recursos debido a que el riesgo lo asumen personalmente; el 32,5%, indico que la mejor alternativa para iniciar su negocio es el financiamiento con entidades financieras que otorgan crédito a emprendedores, un buen grupo que representa el 27% expresa que un préstamo familiar es una gran alternativa, preocupante pero real es que alrededor del 21,5% data que la opción de un prestamista informal es una buena alternativa, además el 14,5% considera que la mejor alternativa es contar con socios o inversionistas que aporten capital para el desarrollo de los emprendimientos.

En definitiva, los resultados reflejan y evidencian que los jóvenes emprendedores de la provincia de Santa Elena se desarrollan más en el sector comercial, sus productos y servicios están dirigidos en su mayoría hacia el público en general, utilizan en mayor número el whats app y el facebook para realizar sus negocios y emprenden con sus propios recursos.

CONCLUSIONES

- Se concluye que la mayoría de los jóvenes emprenden negocios en los sectores comercial y de servicios, sustentados en las circunstancias actuales generadas por la pandemia y las oportunidades que detectan en el mercado para desar-

rollar sus ideas de negocios, es indudable que predominan estos 2 ámbitos en las preferencias de los emprendedores jóvenes.

- Los datos de los resultados y las proyecciones auscultadas se enfocan en el público en general, los jóvenes adultos y los adolescentes respectivamente como mercados meta atractivos para ingresar con los emprendimientos juveniles innovadores en los que ponen en juego su creatividad e ingenio para proponer estrategias diferenciadas.
- Las evidencias de la información recopilada demuestran que los emprendimientos están en constante cambio y evolución porque los jóvenes usan la tecnología interactiva como principal herramienta de publicidad y promoción, para dar a conocer productos y servicios, priorizando las aplicaciones: Whats app, Facebook, Instagram y Tic Toc.
- Como consecuencia de lo sintetizado en los resultados se concluye que la mayoría de los jóvenes emprenden y desarrollan sus ideas de negocios en los distintos sectores productivos, ofrecen sus productos o servicios desde tiendas online a través de diversas redes sociales que son la mayor oferta de marketing para los diferentes segmentos de mercado y también tienen puntos de venta o locales para atender con la mejor predisposición a sus clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asamblea Nacional, d. E. (2008). *Constitución del Ecuador*. Quito.

Calduch, R. (2015). METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION INTERNACIONAL. Obtenido de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Metodos%20y%20Tecnica%20de%20Investigacion%20Internacional%20v2.pdf>

Castro, A., Meléndez, L., & López, G. (2018). La investigación exploratoria aplicada como estrategia didáctica en el laboratorio. *Revista Electrónica sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación*. Obtenido de <https://www.cagi.org.mx/index.php/CAGI/article/view/184>

Fernandez, F. (2017). *Estudio de mercado*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=yuskDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=analisis+de+mercado+ejemplo&ots=fGxl9mC3MU&sig=uOrtB4OuX_UjN9Z4YvRi-1VvII28#v=onepage&q=analisis%20de%20mercado%20ejemplo&f=false

Gonzalo Rivas, C. S. (Junio de 2020). *Respuesta al COVID-19, la ciencia la innovacion y el desarrollo productivo*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Respuestas-al-COVID-19-desde-la-ciencia-la-innovacion-y-el-desarrollo-productivo.pdf>

LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. (21 de Febrero de 2020). Artículo 1. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf

- Martins, N. (17 de Abril de 2020). *Oberlo*. Obtenido de ¿Qué es el emprendimiento? Definición y significado de emprendedor y emprendimiento: <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- Olivero, E., & Campo, L. (Diciembre de 2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible. *Revista de Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7025267>
- SIERRA, J. A. (diciembre de 2009). *ANÁLISIS ORGANIZACIONAL DE LA DINÁMICA INTERNA DE LAS*. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/2019/1/josealejandrobueniasierra2009.pdf>
- Slusarczyk, M., & Morales, N. (2016). *ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y DE LAS TIC*. Obtenido de <http://ojs.3ciencias.com/index.php/3c-empresa/article/view/322>
- Terán, C. A. (2 de marz de 2020). *online-tesis*. Obtenido de online-tesis : <https://online-tesis.com/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-para-realizar-un-trabajo-de-investigacion/>
- Vargas. (2019).
- Westreicher, G. (2020). *ecomioedia*. Obtenido de ecomipedia: <https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>

CAPÍTULO 21

ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO, UNA VISIÓN PARA LAS EMPRESAS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Jacqueline Bacilio Bejeguen¹
Levington Ramirez Constante²

RESUMEN (ABSTRACT)

La gestión del talento humano es una prioridad administrativa en el desarrollo de las organizaciones, las hace competitivas en el mercado, las guía hacia el éxito planificando, desarrollando, motivando, compensando la labor que desempeñan sus colaboradores; este artículo propone estrategias de gestión de talento humano derivadas del diagnóstico realizado a las empresas que administran el transporte público urbano en la provincia de Santa Elena, cantón La libertad, para la recopilación de datos se aplicaron entrevistas y encuestas a la parte directiva como a los trabajadores y usuarios,

¹ orcid.org/0000-0002-7071

² orcid.org/0000-0002-8028-7173

para el análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva. El propósito de la investigación es proponer estrategias que mejoren la gestión del talento humano y con ello el trato de los usuarios.

Palabras Clave: Diagnóstico, estrategia gestión, talento humano, transporte público.

INTRODUCCIÓN

Un diagnóstico en la gestión del talento humano es necesario para obtener insumos que permitan planificar acciones y estrategias que lleven a la empresa al desarrollo organizacional, los talentos de una organización corresponden a las habilidades, competencias y características que posee un individuo para desempeñarse en una actividad y conforman el capital más importante de la empresa para llevar a cabo la toma de decisiones según los objetivos, mientras que la gestión de talento humano (UNIR - Universidad Internacional de La Rioja, 2021) expresa:

La gestión del talento humano hace referencia al conjunto de procesos que una organización, a través de su departamento de recursos humanos, pone en marcha para la atracción, captación e incorporación de nuevos colaboradores, al igual que para la retención de los que ya son parte de la empresa.

Por su parte, (Impulso Humano Empresarial S.C.P., s.f.) manifiesta que existen beneficios al aplicar un diagnóstico en la GTH, tales como:

- Proponer la eficiencia de la gestión del recurso humano en las empresas a través del desarrollo del personal.
- Generar valor añadido y competitividad en las empresas, tomando como base el desempeño y desarrollo del capital humano.
- Valorar la gestión del capital humano como elemento clave en la filosofía de las organizaciones.

Por otra parte, el transporte público es uno de los servicios más importante utilizado por los habitantes por más de una ocasión diaria de los habitantes, dado a que a través del mismo los ciudadanos se dirigen hasta las instituciones de educación, lugares de trabajo, sitios turísticos, hospitales, visitas, compras, entre otros. Dentro de la provincia de Santa Elena existe el transporte intra-cantonal e intra-provincial, en el primer caso existen 7 operadores de transportes con un total de 251 buses que se encuentran totalmente activos en cada una de las rutas. El transporte público rural en el cantón de la Libertad se ejecuta a través de empresas privadas desde el año 1996, pertenece a la dirección municipal de tránsito del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Libertad.

El presente trabajo tiene por finalidad proponer estrategias que permita mejorar la gestión del talento humano considerando el conocimiento de los directivos, las realidades de los trabajadores y choferes, así como la percepción del usuario.

En cuanto a la problemática en la gestión del talento humano se identifica que al ser compañías y cooperativas privadas que dan el servicio de transporte público rural en el cantón La Libertad se evidencia la ausencia de gestión en los subsistemas de talento humano, se detalla a continuación los efectos:

- No existe planificación para el desarrollo de los subsistemas
- Choferes desmotivados y sin beneficios sociales
- Falta de capacitaciones en temas específicos de servicio al cliente
- Insatisfacción de usuarios
- Control insuficiente de las labores de choferes (accionistas)
- Inexistencia de acciones de mejoras
- Falta de compromiso laboral
- Inadecuadas relaciones y jornadas laborales
- No existe evaluación de desempeño

21.1 MATERIALES Y MÉTODOS

Para relacionar los temas investigados con la normativa que rige para el servicio de transporte público se revisaron los siguientes documentos legales:

- Constitución de la República
- Ley Orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial
- Reglamento a ley de transporte terrestre tránsito y seguridad vial
- Código de Trabajo
- Ley de compañías
- Ley orgánica de defensa del consumidor

Este estudio se presenta como poco abordado, dado que existen temas como calidad de servicio y satisfacción como lo mencionan los autores (Campuzano & Ventura, 2018), estrategias de servicio (Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate LATAM, 2021) modelos de gestión y atención al cliente para compañías de transporte (García, Brito, & Barrios, 2020), sin embargo todas estas temáticas pueden presentar mejoras significativas con estrategias para la gestión del talento humano dado que la ejecución de subsistemas presenta beneficios como eficiencia a través de la motivación y desarrollo personal, valor agregado y competitividad en base al desempeño, satisfacción de usuarios en base a la calidad y satisfacción laboral.

Esta investigación es de tipo bibliográfico, exploratorio y descriptivo en el que se revisó bibliografía normativa e información de investigaciones previas acerca de las variables, se analizaron fuentes primarias y secundarias para realizar el diagnóstico y

proponer las estrategias, se aplicaron entrevistas presenciales a los directivos además de aplicar encuestas al personal administrativo, choferes y usuarios a través de la plataforma Google forms, para el análisis del tema se desarrolló el método deductivo y para el análisis de resultados de la muestra el método inductivo.

El cuestionario comprende un conjunto de 25 preguntas y la guía de entrevista de 10 preguntas abiertas, basadas en el cumplimiento de los subsistemas de talento humano, para el tratamiento de la información se utilizó el programa estadístico SPSS, aplicación eficiente para el procesamiento de los datos obtenidos en el desarrollo de la recopilación de información en el campo investigativo, lo que permitió realizar las tablas de frecuencias para dictaminar el porcentaje de apreciación de cada pregunta, como también los gráficos ilustrativos que permiten corroborar la información. El uso del programa se da debido a que permite realizar recopilación de datos, crear estadísticas, análisis de decisiones de gestión, la encuesta se encuentra alojada en los siguientes links:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSePCCgG-egFCaDgifm8rOhKKVIVxR_nt_4wrY0bGqRuCe3y-Rw/closedform

<https://forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=HyAIaQg2H0e6b1sHrYmH1a7zx8Ye03JGtKmxLeKFUw9UNjhCVkY2RFkyVDVCTTNHMzLZME-ZaVVZMMi4u>

https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?subpage=design&FormId=HyAIaQg2H0e6b1sHrYmH1StCMDfKI_5Hmb88Nx8pbxxURjVCMkIRszJB-Qk0xTEJTRE8wTVU0N0YzMy4u

21.2 DISCUSIONES Y RESULTADOS

Para la elaboración de las estrategias se realizó una matriz FODA de los resultados obtenidos en las encuestas y entrevista al personal encargado de la administración de personal que en este caso es el gerente, los resultados más relevantes de acuerdo con los subsistemas fueron los siguientes:

Subsistema de reclutamiento, selección, inducción.- Para conocer los talentos que en su mayoría son choferes y aportan al servicio de la comunidad, tenemos los siguientes resultados, casi todo el personal es de sexo masculino y solo existe una mujer laborando dentro de la cooperativa en el área administrativa la mayoría los choferes se encuentra en un rango de edad de 36 y 50 años, el mayor número de choferes tienen más de 20 años de experiencia, esto nos demuestra que existe personal calificado y con experiencia, así mismo se constató la existencia de accionistas conduciendo sus propios buses cumpliendo roles de empleador y empleado, la mayoría de choferes poseen la licencia especial entre D y E, a excepción de un chófer que tiene licencia tipo B incumpliendo el perfil requerido para el puesto de chofer de transporte público, pudiendo ocasionar sanciones y pérdidas.

En cuanto al proceso de reclutamiento es por recomendación ignorando requisitos y métodos que les permitan identificar y seleccionar al más idóneo en conocimiento, habilidades y actitudes, la inducción se realiza por el accionista de forma empírica a través de charlas explicativas respecto a rutas y formas de pago, no existe un protocolo en el que el chofer se sienta respaldado por la cooperativa.

Subsistema de remuneración, desarrollo, capacitación, evaluación

Para el análisis de estos procesos, se relacionaron algunos factores como días de trabajo a la semana, días de descanso, jornada laboral, cancelación de horas extras, para el pago de salarios se han identificado dos maneras, la primera es que diariamente les cancelan 30 dólares y la segunda es el 20% de los ingresos que generen diariamente, por lo que el rango de la remuneración se encuentra entre los \$501-\$650 mensuales, laborando 5 días a la semana con una jornada promedio de 12 horas diarias, sin cancelación de horas extras. Estos resultados y la desvinculación del trabajo del chofer profesional que brinda un servicio público con el Estado y más aún de la cooperativa hace que esta clase obrera no se beneficie de acciones en beneficio de su desarrollo.

Las capacitaciones se realizan más de dos veces al año, pero no como función de la Cooperativa sino por parte de la Comisión de Tránsito del Ecuador (CTE) en donde se imparten temas relacionados al Código Orgánico Integral Penal (COIP), leyes de tránsito, conducción y todo lo referente a tránsito. La evaluación la realiza el personal de la CTE para verificar el desempeño adicionalmente les indican detalles como multas, puntos en la licencia y procedimientos.

Subsistema de compensaciones, comunicación y relaciones humanas

No se identifican tipos de compensaciones, reconocimientos, ni técnicas de motivación, los uniformes son cancelados con recursos propios de los choferes, no se realizan integraciones, no reciben canastas navideñas y al no encontrarse afiliado al IESS los choferes no cobran los décimos tercero y cuarto, sin embargo, la mayoría se encuentran satisfechos con el trato y la comunicación por parte de la administración.

Ante estos escenarios se realizó un diagnóstico a través del FODA para proponer estrategias pertinentes en miras a mejorar el desempeño institucional, la atención a los usuarios y valorar el talento humano de las compañías de transporte del cantón La Libertad.

Tabla 1, Matriz situacional, Gestión de talento humano, 2022

INTERNO	
FORTALEZA	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cooperativa legalmente constituida. 2. Choferes con licencia profesional y experiencia laboral 3. Cumplimiento de puntos mínimos en la licencia para conducir un bus. 4. Predisposición de accionistas y choferes para ser partícipes en temas de capacitación. 5. Buena relación laboral por parte del gerente y empleado. 6. Seguro de accidente y daños. 7. Buzones de quejas en buses 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inexistencia del Departamento de Talento Humano. 2. Ausencia de programas de capacitación por parte de la Cooperativa 3. Poco personal administrativo 4. Choferes sin afiliación al IESS 5. Modelo de gestión institucional desactualizado. 6. Estrés laboral por horarios extensos. 7. Resistencia al cambio. 8. Inconformismo con presidente de la Cooperativa. 9. Deficiente proceso de reclutamiento y selección
EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de la demanda 2. Vinculación con la comunidad. 3. Trabajo en conjunto con autoridades. 4. Respaldo del gobierno central y gobiernos locales. 5. Relación con medios de comunicación y redes sociales. 6. Alianzas estratégicas. 7. Acompañamiento de la CTG. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inseguridad 2. Aumento del precio del combustible 3. Pandemias. 4. Cambios en leyes 5. Variación de impuestos 6. Constantes cambios en industria tecnológica 7. Contaminación ambiental por gases 8. Accidentes a causa del cansancio por jornadas extensas de trabajo. 9. Nueva Compañía de transporte con tecnología moderna.

En la interrelación entre el entorno externo (oportunidades y amenazas) y la situación de la organización (fortalezas y debilidades) se proponen las siguientes estrategias:

Estrategia ofensiva. Planes de capacitación a través de convenios

Planificar y ejecutar planes de capacitación a través de convenios con empresas de formación profesional con la finalidad desarrollar el talento humano en directivos, administrativos y choferes con el propósito de una mejor gestión, un mejor desem-

peño laboral y mejorar la atención a los usuarios. **Estrategia Defensiva: Creación de políticas y modelo de gestión laboral** Establecer políticas institucionales, manual de funciones, manual de procesos (reclutamiento, selección, desarrollo, capacitación, evaluación, seguridad y salud ocupacional) que permitan a toda la comunidad autorregularse y no depender de instituciones externas; operativamente identificar, cumplir y evaluar sus propias funciones, así como prevenir riesgos para el cumplimiento de los objetivos estratégicos y personales.

Estrategias de Reorientación: Fortalecer las alianzas estratégicas Considerando que existe trabajo en conjunto con autoridades locales, alianzas estratégicas, así como la legalidad de la empresa es oportuno formalizar la ejecución de los objetos de las alianzas para asesorías especializadas, obtención de recursos y desarrollo de talento humano logrando competitividad, efectividad en los procesos y satisfacción tanto de los trabajadores como de los usuarios.

Estrategias de Supervivencia: Formación al personal directivo de la compañía

Con los constantes cambios y desafíos de la gestión de talento humano, es importante que los directivos de las compañías de transporte público desarrollen habilidades y conocimientos en el área administrativa específicamente en la gestión de talento humano, esta estrategia le permite optimizar recursos y operativizar las decisiones de acciones de mejoras planificadamente.

21.3 CONCLUSIONES

Las compañías son organismos que prestan el servicio de transporte público del cantón La Libertad, por lo que, de acuerdo con la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) deben incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias, y poner en práctica sistemas de atención y reparación para que el Estado cumpla con la garantía del servicio de transporte público ajustado a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad, con tarifas socialmente justas, de conformidad a la (Ley Orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, 2008)

A pesar de que las compañías y cooperativas proporciona oportunidades de empleo, las condiciones de trabajo no se dan de acuerdo con lo planificado en el objetivo 1 del Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 considerando que los escenarios son desfavorables hacia el chofer, debido a las excesivas horas de trabajo, falta de afiliación al IESS, no goce de beneficios sociales, falta de motivación, ambientes de seguridad y salud ocupacional entre otros.

En cuanto al cumplimiento de los objetivos del (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2020 - 2024) del cantón La Libertad, que menciona “Garantizar la cobertura eficiente de los servicios relacionados con la conectividad, movilidad y energía en el territorio cantonal.” hay que promover la seguridad vial en beneficio de los conductores, peatones y comunidad en general.

La ausencia de departamentos de talento humano en estas compañías que poseen poco personal administrativo pero que de acuerdo con su actividad la mayor población de sus colaboradores son choferes aún sin estar directamente con relación de dependencia, ha ocasionado que este sector obrero labore en precarias condiciones laborales a pesar de existir pocos esfuerzos para mejorar su desempeño.

Finalmente se concluye que las compañías que prestan el servicio de transporte público deben autoregularse y aplicar estrategias para la gestión del talento humano que mejoren su competitividad, desempeño y calidad del servicio al usuario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alemán Pardo, F. (2020). *Diccionario de prevención de Resgos Laborales*. Wolters Kluwer.
- Alemán Pardo, F. (2020). *Diccionario de prevención de Riesgos Laborales*. Wolters Kluwer.
- Arango Soler, J. M., Correa Moreno, Y. A., & Luna García, J. E. (2020). La salud ocupacional y su respuesta histórica a las necesidades de salud de los trabajadores. *Revista Cubana de Salud y 14 Trabajo*, 14 - 29.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Asamblea Nacional del Ecuador*. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Asamblea Nacional. (06 de Octubre de 2010). *MDT - Ley Orgánica del Servicio Público*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Ley-Org%C3%A1nica-del-Servicio-P%C3%BAblico.pdf>
- Bayón Perez, J., & Zerbi, A. (2020). El teletrabajo: avances y retos dentro de la sociedad actual. *Revista internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derecho de Empleo*.
- Campuzano, N. V., & Ventura, N. C. (FEBRERO de 2018). El servicio al cliente como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis. *UIDE*, 3. Recuperado el 12 de 06 de 2022, de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/in-nova/article/download/413/1017?inline=1>
- Constitución de la República del Ecuador*. (2008). Quito.
- Decreto Ejecutivo 2393, I. L. (17 de 11 de 1986). *Ministerio de Trabajo*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/Reglamento-de-Seguridad-y-Salud-de-los-Trabajadores-y-Mejoramiento-del-Medio-Ambiente-de-Trabajo-Decreto-Ejecutivo-2393.pdf>
- España, B. O. (07 de enero de 2021). *Boletín Oficial del Estado de España*. Obtenido de <https://sgiconsultores.com/wp-content/uploads/2021/03/boe-037prevencionderiesgoslaborales.pdf>

- García, Brito, & Barrios. (2020). *Análisis Sistemático de Literatura Como Modalidad de Grado para Optar El Título*. Santa Marta: MODELOS DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS COOPERATIVAS. Recuperado el 28 de 07 de 2022, de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/18474/2/2020_modelos_gestion_talento_humano.pdf
- Gavidia pacheco, A. M. (2017). Estrés laboral o doble presencia en mujeres: abordaje desde la salud ocupacional. *Prospecta Colombia 2017*, 262 - 286.
- IESS, I. n. (4 de marzo de 2016). *Reglamento del Seguro General de Riesgos del Trabajo*. Obtenido de <https://sut.trabajo.gob.ec/publico/Normativa%20Legal/Resoluciones/Resoluci%C3%B3n%20del%20IESS%20513.pdf>
- Impulso Humano Empresarial S.C.P. (s.f.). *Diagnóstico de la Gestión de RRHH*. Obtenido de Impulso Humano Empresarial S.C.P.: <https://impulsohumano.mx/servicios/diagnostico-de-la-gestion-de-recursos-humanos/#:~:text=Diagn%C3%B3stico%20de%20la%20Gesti%C3%B3n%20de%20RRHH,primeros%20y%20aprovechar%20las%20segundas.>
- Ley Orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial*. (2008).
- Martínez Barranco, M. P., & Ybadún Burbano, E. (2017). Seguridad y Salud ocupacional en Ecuador: Contribución normativa a la responsabilidad social organizacional. *INNOVA Research Journal*, 58 - 68.
- MDT. (24 de marzo de 2011). *Página oficial - Reglamento de la LOSEP*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Reglamento-LOSEP.pdf>
- MDT. (12 de marzo de 2020). *Ministerio de Trabajo*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/ACUERDO-MDT-2020-076-TELETRABAJO.pdf?x42051>
- MDT. (12 de marzo de 2020). *Ministerio de Trabajo Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-076*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/ACUERDO-MDT-2020-076-TELETRABAJO.pdf?x42051>
- MDT. (10 de Marzo de 2022). *Ministerio de Trabajo - Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2022-035*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/03/Acuerdo-Ministerial-Nro.-035-Norma-tecnica-para-regular-el-teletrabajo-en-el-sector-publico.pdf>
- MDT. (10 de marzo de 2022). *Ministerio de Trabajo Acuerdo Ministerial Nro MDT-2022-035*.
- OIT, T. (26 de mayo de 2021). *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de <https://metadata.ilo.org/thesaurus/-1894660590.html>
- OMS. (11 de 03 de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>

- Organización Mundial de la Salud. (1995). *Salud Ocupacional para Todos*. . Ginebra.
- Parra Cruz, A. (2019). Factores de riesgo ergonómico en personal administrativo, un problema de salud ocupacional. *Revista Sinapsis*.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. (2020 - 2024). La Libertad.
- Secretaría Nacional de Planificación. (23 de septiembre de 2021). *PLAN Nacional de Desarrollo 2021-2025*. Obtenido de <https://multimedia.planificacion.gob.ec/pnd2021/pndfichas.html>
- Serra, F. (2020). El Sars-Cov-2(COVID-19) y la prevención y salud en el trabajo. *Profesionales y Empresas CADE*, 43 - 50.
- Silva, D. d. (15 de Agosto de 2021). Estrategias de servicio al cliente. Recuperado el 07 de 09 de 2022, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-servicio-al-cliente/>
- Trabajo, O. I. (2020). *El teletrabajo durante la pandemia de COVID-19 y después de ella: Guía Práctica*. Ginebra.
- UNIR - Universidad Internacional de La Rioja. (2021). ¿Qué es la gestión del talento humano y cuál es su ámbito de aplicación? Obtenido de UNIR - Universidad Internacional de La Rioja: <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/gestion-talento-humano/>
- Venegas, c., & Leyva, A. (2020). La fatiga y la carga mental en los teletrabajadores: a propósito del distanciamiento social. *Rev. Esp. Salud Pública*.

CAPÍTULO 22

ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN DE LOS DETERMINANTES DEL DESEMPLEO FEMENINO EN EL ECUADOR

Fausto Vinicio Calderón-Pineda¹
Álvaro Humberto Mejía-Freire²
Alexandra Abigail Flores-Piñan³
Gladys María Vélez-García⁴

ABSTRACT

One of the socio-economic problems with the greatest direct negative impact on the economy of a country or region is unemployment. This factor affects poverty levels as it reduces family income. It should be noted that in our country and Latin America, female unemployment is more marked than men. There are some economic theories that come close to understanding female unemployment. One of them is the theory of gender discrimination in the labour market, which presupposes that women

1 [ORCID:0000-0001-5425-1057]

2 [ORCID: 0000-0002-9071-0617], Universidad Estatal Península de Santa Elena , Ecuador

3 [ORCID:0000-0003-4785-7856], **Universidad Estatal Península de Santa Elena , Ecuador, Universidad Técnica del Norte, Ecuador**

4 [ORCID:0000-0002-0206-0037], Universidad Estatal Península de Santa Elena , Ecuador

may face difficulties in accessing employment given the prejudices and gender stereotypes existing in society (Becker, G. 1957). This theory is based on the idea that companies and employers can tip the balance in hiring in favour of men rather than women, which can contribute to female unemployment. This essay analyzes how different social and economic facts and population characteristics influence the probability of female unemployment in Ecuador. For the test of the hypothesis, a uniequational, linear and multiple econometric model was estimated. The estimates were based on time series data, from the period 2010 – 2017, from sources such as the Central Bank, the Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC), the National Institute of Statistics and Censuses (INEC), the World Bank and the Survey of Employment and Urban and Rural Unemployment (ENEMDUR), considering the following variables: Female unemployment is a dependent variable and as explanatory variables: academic level, economically active population (EAP), work experience, age, and marital status, based on women. It is concluded that there is an intrinsic relationship between female unemployment and education spending as a function of GDP and in the same way with the EAP since the higher this index, the higher the unemployment rate because there is a greater demand for work, and little supply. Another conclusion of this work is that the female population variable and unemployment also have a positive and directly proportional relationship, since the 1% increase in the population will cause an annual increase of 24.44% in the female unemployment rate, keeping the other variables constant. Finally, the level of education has a significant impact on female unemployment, and is considered to be a determining factor when it comes to getting a job for women.

Palabras clave: micro econometría, macro econometría, econometría, desempleo femenino

Códigos JEL: C12, C51, C53

22.1 INTRODUCCIÓN

22.1.1 ASPECTOS TEÓRICOS

En la economía, son algunas las teorías que se han generado sobre el desempleo femenino, con la intención de comprender el fenómeno desde distintos enfoques. Por ejemplo, la *teoría de la discriminación de género en el mercado de trabajo*, subraya que las mujeres confrontan a menudo serios obstáculos a la hora de encontrar un empleo o en los procesos de promoción en sus empresas o instituciones donde laboran por aspectos discriminativos como género. Esta discriminación puede estar referida a muchas maneras, entre ellas una carencia o limitación de oportunidades laborales o accesos a determinadas posiciones o puestos en el trabajo, o cuando se asignan responsabilidades de menor relevancia y naturalmente de menor remuneración, estas limitaciones o carencias están relacionadas a los beneficios de carácter laborales, de acuerdo a las leyes de cada país.

Además, esta teoría económica considera que los obstáculos en el acceso al trabajo surgen por los prejuicios y estereotipos de género, que se mantienen en algunas sociedades, en mayor o en menor escala, esto hace que muchos directivos de empresas e instituciones tengan preferencias en la contratación a los hombres en vez de las mujeres y sin lugar a dudas es uno de los factores más importantes del desempleo femenino.

Otra teoría económica, es la de *segmentación del mercado de trabajo*, que tuvo su origen a finales del siglo XX y a inicios del siglo XXI y tuvo a sus ideólogos a connotados economistas y sociólogos, como el Richard B. Freeman, afamado teórico de la economía un economista estadounidense que ha escrito ampliamente sobre el tema. Otros autores importantes incluyen David Autor, Lawrence Katz y Alan Krueger, que han desarrollado y extendido esta *teoría de la segmentación del mercado de trabajo* a través de sus estudios especializados. Ver tabla 1.

La *teoría de la segmentación del mercado de trabajo* esta formulada en la idea de que en el mercado de trabajo no es un todo compacto y homogéneo, sino que responde a una realidad en la que existen segmentos o de varios grupos de trabajadores que tienen unas características, peculiaridades y determinadas condiciones laborales, que los caracterizan como tales.

Estas agrupaciones o segmentos laborales incluyen a los trabajadores que tiene n un régimen de dedicación laboral completa o parcial, empleados temporales o independientes de ser el caso. Cada uno de los segmentos están regidos por sus reglamentos y procedimientos y aspectos de seguridad laboral completamente distintos.

La *teoría de la segmentación del mercado de trabajo*, se ha utilizado para explicar la creación y el crecimiento de los trabajos precarios y el aumento de la desigualdad en el mercado laboral. También se ha utilizado para comprender cómo las políticas públicas y las decisiones empresariales afectan a los diferentes segmentos del mercado de trabajo y cómo estas pueden tener impactos desiguales en los trabajadores.

Existen varios autores teóricos de la economía que han desarrollado ideas relacionadas con el desempleo femenino. Uno de ellos es Gary Becker, quien en su libro “The Economics of Discrimination” (1957) desarrollo la *teoría de la discriminación de género en el mercado de trabajo*. Gary Becker fue un economista estadounidense ganador del Premio Nobel en 1992, por sus trabajos en el campo de la economía de la discriminación. En su libro “The Economics of Discrimination” (La Economía de la Discriminación), publicado en 1957, Becker argumentó que la discriminación en el mercado laboral es una forma de discriminación económica que puede ser analizada desde un enfoque económico. Becker sostuvo que la discriminación tiene un costo económico para la sociedad y que puede ser abordada mediante medidas como la educación y la legislación antidiscriminatoria.

Otro autor importante es Oppenheimer, V. K. (1970) a través de su obra “The female labor force in the United States”. La autora identifica los factores demográficos y económicos que tienen una clara influencia en la espiral de crecimiento y de constante cambio, de cara a la composición de la fuerza laboral femenina en los Estados Unidos.

Mediante simulaciones sobre tendencias demográficas, como el aumento de la tasa de natalidad y el envejecimiento de la población, así como factores económicos como el crecimiento del empleo en sectores predominantemente femeninos y el aumento de la educación y la participación femenina en el mercado laboral, han aportado de diferentes maneras al crecimiento y desarrollo de la fuerza laboral femenina.

Oppenheimer (1970), analizó también los múltiples factores que han tenido una clara incidencia en la composición de la fuerza laboral femenina, y las formas en que se distribuyen el sector femenino de acuerdo a sus ocupaciones y sectores y los relaciona con los niveles educativos y la experiencia laboral. Determinó que a medida que la fuerza laboral femenina sigue creciendo y cambiando, se necesitarán políticas y programas adecuados para aprovechar al máximo su potencial y garantizar la igualdad de oportunidades en el mercado laboral.

Bajo este contexto, se colige que la diferencia de género, a pesar de los avances modernos en materia legislativa y social, no se ha logrado eliminar el estigma de la discriminación histórica hacia las mujeres en el ámbito laboral, este es un tema lacerante social y económico que es parte de nuestra realidad en el siglo que transcurre.

En diversas partes del mundo, las mujeres sufren discriminación a causa de su género Jauregui de Gainza (1992), precisó que *“las diferencias naturales marcadas por la fisiología y la anatomía femenina y masculina han sido distorsionadas y dado lugar a discriminaciones sociales que perjudican, marginan y oprimen a la mujer”*.

Desde el principio la mujer era *“sometida a una relación de dominación y subordinación, donde era excluida del ámbito educativo, político, laboral, cultural, entre otros. Su labor era la de cuidar a su familia, criar a los hijos y administrar el hogar”* (Barreto, Ryan, & Schmitt, 2008), y todo ello trae graves implicancias en el empleo y desempleo femenino.

Tabla 1. Autores de la teoría de la segmentación del mercado de trabajo

AUTOR	TITULO	ANO	TIPO DE PUBLICACIÓN	RELACIÓN CON EL TEMA
Richard Freeman	“Women’s Work, Men’s Work: Sex Segregation on the Job”	1985	libro	Análisis de la segregación sexual en el trabajo y en los grados de afectación a las oportunidades y salarios de las mujeres
	“The Overeducated American”	1994	libro	Discusión profunda sobre la influencia de sobre educación y el empleo de las mujeres y su nivel de aporte al desempleo femenino.
	“The Disappearing Male Worker: What Happens to Men’s Employment, Earnings, and Hours in a Globalized Economy?”	2006	paper	Análisis sobre los impactos de la globalización y el comercio internacional a los trabajadores masculinos y cómo esto ha traído repercusiones directas para el empleo femenino.
	“The Great Divergence: How America’s Growing Inequality Harms the Middle Class”	2012	libro	Debate sobre como la creciente desigualdad económica en Estados Unidos tiene su afectación a la clase media en el sector laboral, en el que se incluye a las mujeres.
	“The Future of Work: How the Globalization of Industry Is Reshaping the American Workforce”	2015	libro	Relación del comercio internacional y la globalización y sus efectos en el mercado laboral estadounidense y su afectación a todos los trabajadores, en los que constan las mujeres.

David Autor	“The Polarization of Job Opportunities in the U.S. Labor Market: Implications for Employment and Earnings”	2003	paper	Determinación sobre la polarización del mercado laboral (la creación de empleos de alta y baja calificación en detrimento de los empleos intermedios) y de que manera estas prácticas afecta al segmento femenino laboral en cuanto a sus oportunidades y salarios
	The Growth of Low-Skill Service Jobs and the Polarization of the U.S. Labor Market”	2003	paper	Análisis del crecimiento de los empleos de baja cualificación en el sector de servicios y su incidencia en la polarización del mercado laboral y por ende como ha afectado a las mujeres
	“The China Syndrome: Local Labor Market Effects of Import Competition in the United States”.	2013	paper	Argumentación sobre la competencia de importación con China y su grado de afectación a los trabajadores de Estados Unidos, y que incluye al sector femenino.
	“Import Competition and the Great U.S. Employment Sag of the 2000s”	2016	paper	Argumentación de la competencia de importación y su incidencia en el aumento del desempleo y la polarización del mercado laboral en Estados Unidos durante la primera década del siglo XXI.
	“The Future of Work: How the Globalization of Industry Is Reshaping the American Workforce”	2015	libro	Determinación del comercio internacional y la globalización y los impactos en el mercado laboral estadounidense y de qué manera tiene su afectación con los trabajadores y las mujeres.

Lawrence Katz	“Changes in the Labor Market for Less-Skilled Workers”	1991	libro	Examina cómo han cambiado las oportunidades de empleo para los trabajadores de baja cualificación, incluyendo a las mujeres
	“The Polarization of the U.S. Labor Market	2010	paper	Fundamentación de la polarización del mercado laboral (es decir, la creación de empleos de alta y baja cualificación en detrimento de los empleos intermedios) ha afectado a las oportunidades y salarios de las mujeres.
	“The Future of Work: How the Globalization of Industry Is Reshaping the American Workforce”	2015	libro	Análisis de la globalización en el mercado laboral estadounidense y cómo esto afecta a los trabajadores, incluyendo a las mujeres.
	“The Rise and Nature of Alternative Work Arrangements in the United States, 1995-2015”	2016	paper	Análisis sobre los cambios en las formas de trabajo no tradicionales (por ejemplo, trabajos a tiempo parcial, trabajos independientes) en Estados Unidos y cómo esto ha afectado a las mujeres.
	“The Future of Work and Workers”	2018	libro	Discusión sobre el cambio tecnológico y la globalización en la transformación del mercado laboral y cómo esto afecta a los trabajadores, incluyendo a las mujeres.
Alan Krueger	“The Effect of the Minimum Wage on Employment and Unemployment”	1994	libro	Estudio del salario mínimo y su grado de afectación al empleo y al desempleo, incluyendo cómo afecta a las mujeres.
	Myth and Measurement: The New Economics of the Minimum Wage”	1995	libro	Determinación de la evidencia económica puede ser contraproducente con las afirmaciones tradicionales sobre los efectos negativos del salario mínimo en el empleo, incluye el segmento femenino..
	“The Impact of the Affordable Care Act on the Labor Market”	2014	paper	Sintetiza sobre cómo la Ley de Cuidado Asequible (también conocida como Obamacare) ha afectado al mercado laboral y a la tasa de desempleo, en las que se incluyen las mujeres trabajadoras.
	The Rise and Nature of Alternative Work Arrangements in the United States, 1995-2015”	2016	paper	Examinación de los cambios en las formas de trabajo no tradicionales (por ejemplo, trabajos a tiempo parcial, trabajos independientes) en Estados Unidos y cómo esto ha afectado a las mujeres.

22.1.2 EL TECHO DE CRISTAL: BARRERA INVISIBLE PARA LA DISCRIMINACIÓN Y EL DESEMPLEO FEMENINO

Este término se lo relaciona con la escasa representación de mujeres en los altos mandos organizacionales (Glass & Cook, 2016) y se le atribuye a Marilyn Loden en 1978, escritora y activista de derechos humanos, en un evento patrocinado por la Asociación de Mujeres en la Publicidad. La autora se refirió al *techo de cristal*, como una barrera invisible que no permite a las mujeres acceder a determinadas posiciones laborales aun cuando cumplan con los requisitos reglamentarios, como su experiencia y su capacidad laboral, por su condición de ser mujer. Desde aquel entonces este término se usa para caracterizar la discriminación de género en el empleo y que en muchas ocasiones en el factor determinante del desempleo femenino ya que mujeres en un ambiente no favorable se ve obligada a renunciar. Esto corrobora lo que menudo sucede en algunas sociedades en la que las mujeres tienen menos oportunidades de avanzar en sus carreras y de obtener altos salarios en comparación con los hombres.

En lo referente a las políticas públicas sobre discriminación de género, es importante la apreciación de Fielden, S. & Davidson, M. (1997), que manifestaron que los empleadores en el Reino Unido tienen la obligación legal de garantizar que sus procedimientos de contratación deben sujetarse a la Ley de Discriminación Sexual (1975), que establece que los empleadores no deben discriminar ni indicar ninguna intención oculta de discriminar a un posible empleado por motivos de sexo. Esto está regulado también en la Constitución del Ecuador (2008), en el Artículo 331, que reza así: *El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades*".

Ray (1990) considera que tan solo el hecho de catalogar a muchas actividades o trabajos como "masculinos" o "femeninos" evita que el grupo de género no dominante solicite esos puestos.

Tradicionalmente en las empresas, los altos cargos o puestos directivos han sido dominados por hombres y con base en la referida Constitución ecuatoriana, las empresas e instituciones están en la obligación de acatar el cuerpo legal que impide todo tipo de discriminación laboral, de manera directa o también encubierta, que pudieran existir en los procesos de contratación pública, privada o del tercer sector. Por lo que las instituciones u organizaciones aparte de la demostración de acatar la ley sin discriminación laboral alguna, deben asegurar que estas disposiciones sean comunicadas oportuna y adecuadamente a las posibles solicitantes de empleo (Ray, 1990).

22.1.3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

A continuación, se explican todos los procesos, metodologías y técnicas que se utilizaron para el análisis de la relación e incidencia que existe entre las variables de desempleo femenino, nivel académico experiencia laboral, estado civil, edad, entre otras.

Este artículo tiene un alcance de estudio explicativo con el fin de analizar los determinantes del desempleo femenino en el Ecuador, cuenta con un enfoque mixto, es decir, cuantitativo, el cual se caracteriza por la utilización de datos numéricos y la interpretación de gráficas y tablas. Y un enfoque cualitativo porque se realizaron análisis de conceptos, teorías y variables. Los datos utilizados en este estudio son del tipo series temporales, las que corresponden al período 2007-2017, obtenidos de fuentes secundarias confiables como son el Banco Central, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el Banco Mundial y la Encuesta de Empleo y Desempleo Urbano y Rural (ENEMDUR). El periodo de los datos con los cuales se trabajó corresponde al período 2010-2017.

La situación que fue objeto de estudio en esta investigación es el desempleo femenino en el Ecuador enfocándonos principalmente en las mujeres de 18 a 49 años de edad y analizando la influencia del nivel académico, edad, experiencia laboral, cargas familiares y estado civil como determinantes del desempleo. Para lo cual se formuló la hipótesis que a menor experiencia laboral y menor nivel de educación en las mujeres, mayor será el desempleo, por lo tanto, esto genera un impacto negativo en la economía del Ecuador.

Para la prueba de la hipótesis se estimó un modelo econométrico uniecuacional, lineal y múltiple. A través del uso de programa estadístico Stata donde se estimó a través de una base de datos de serie de tiempo, ya que se toman datos del año 2010 al 2017. Y se definieron las siguientes variables: como variable dependiente el desempleo femenino y como variables explicativas: el nivel académico, la población económicamente activa (PEA), la experiencia laboral, la edad, y el estado civil, con base en las mujeres.

Especificando los siguientes modelos se obtuvo:

Modelo matemático

Desempleo femenino = $b + b_1$ nivel académico + b_2 experiencia laboral + b_3 edad

Donde:

Y= es la variable dependiente

B= el intercepto o constante

b_1, b_2, b_3 = pendientes

X1, X2, X3= variables independientes

Modelo económico

Desempleo femenino = $\beta_0 + \beta_1$ nivel académico + β_2 Experiencia laboral + β_3 edad

Modelo econométrico

Desempleo femenino = $\beta_0 + \beta_1$ nivel académico + β_2 Experiencia laboral + β_3 edad + μ

Donde

Descripción de las Variables	
Tasa de desempleo femenino	Media anual en porcentaje
Nivel Académico	Nivel de Educación obtenido en porcentaje
Experiencia laboral	Tasa de mujeres en el sector laboral y años de labor
Edad	Años de las mujeres que se encuentran trabajando
	Cargas familiares, estado civil.

22.2 DESARROLLO

Para la estimación de la ecuación planteada del Desempleo Femenino se aplicó la técnica estadística análisis de regresión para obtener las estimaciones necesarias. El análisis de regresión utilizada es de datos de serie de tiempo ya que se considera el método más adecuado para la elaboración del modelo, el cual consiste en la obtención de datos de la serie de tiempo que vamos a estudiar al mismo tiempo. Para la estimación óptima de los resultados se utilizó el programa Stata con la finalidad de obtener datos específicos y confiables.

22.2.1 VALIDACIÓN

1. Se realizó un análisis general que a través del análisis de los estadísticos descriptivos básicos que permitió identificar la presencia de datos atípicos, asimetría y la relación entre las variables.

2. Estimación:

Se utilizó el método de estimación de mínimos cuadrados ordinarios (MCO), por su facilidad de cálculo y además por las propiedades que presenta este método como Mejor Estimador Lineal Insesgado (MELI)

Linealidad: Para comprobar si los parámetros presentan linealidad, y lograr a validar el modelo

Insensatez: Para demostrar que el valor medio del parámetro estimado MCO, coincide con el valor real del parámetro

Eficiencia: Para demostrar que los parámetros estimados mediante MCO son los que tienen la varianza más pequeña de entre todas las variables

Consistencia: Para demostrar que medida que aumenta el tamaño de la muestra el valor del estimador coincide con el valor real del parámetro.

3. El modelo se estimó por el MCO (Método de Mínimos Cuadrados Ordinarios) con los siguientes contrastes:

- Significancia global a través de la Probabilidad de F con el 5% del nivel de significancia
- Análisis de R², para identificar si las variables son significativas
- Significancia individual de los parámetros con la t de Student

4. Validación

- **Normalidad** : se aplicó el test de normalidad de (Skewness-Kurtosis) para identificar si los datos siguen una distribución normal.
- **Multicolinealidad:** se aplicó el test vif para determinar la existencia de correlación entre las variables explicativas.
- **Heterocedasticidad:** se aplicó el test de Breusch Pagan, para identificar que el modelo es o no Heterocedástico, en caso de serlo se corregirá para que cumpla con los supuestos del modelo.
- **Autocorrelación** . Se aplicó el test de Durbin-Watson para identificar si existe autocorrelación entre las perturbaciones

Son los principales aspectos que se ha tomado para la realización de este estudio, posteriormente se realizará el análisis econométrico a partir de los resultados obtenidos, que permita comprender el tema planteado.

22.2.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS

Ecuación a estimarse:

Desempleo femenino = gasto educ PIB + PEA + población femenina + tasa de alfabetización+u (1)

Ecuación estimada:

Desempleo femenino = -1224.357+5.96172 gasto educ PIB + 2.073121PEA + 24.44411población femenina + 1.380229tasa de alfabetización (2)

Tabla 2. Estadísticas descriptivas de las variables

Variable	Observaciones	Media	Desviación estándar	Min	Max
Desempleo femenino	28	9.817143	4.529796	3.664	19.862
Gasto educ PIB	11	3.663636	1.580046	1.2	5.3
PEA	29	38.85887	1.423007	36.05146	41.10269
Tasa de Alfabet	12	91.04015	1.97082	86.19333	93.31453
Población Femen	28	49.89529	0.0862082	49.75414	50.0217

Fuente: Banco Mundial, CEPAL

Muestra las principales estadísticas descriptivas de cada una de las variables adecuadas al modelo econométrico, para posteriormente cumplir con los supuestos del modelo de regresión.

Tabla 3 - Principales Resultados

VARIABLES INDEPENDIENTES		Coeficiente	Std. Error	T	P > T
Gasto educ PIB		5.96172	0.6572293	9.07	0.070
PEA		2.073121	0.1899896	10.91	0.058
Población Femen		24.44411	7.441568	3.28	0.188
Tasa alfabetización		1.380229	0.1521514	9.07	0.070
Observaciones	6				
R - Cuadrado	0.9982				
Prob > F	0.0642				

Fuente: Banco Mundial, CEPAL

El modelo propuesto para el análisis del desempleo femenino en el Ecuador período 1990-2017 a denotado los siguientes resultados:

Significancia Global

Para determinar la significancia global del modelo se toma en cuenta la Probabilidad de Fisher que nos dice que es significativa si se acerca a cero. En este caso el valor del estadístico es 0,0642; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa, el modelo es global y estadísticamente significativo a cualquier nivel (1%, 5% y 10%).

R-cuadrado

Nos explica la bondad de ajuste del modelo, es decir, en qué medida se correlacionan las variables independientes a la variable dependiente y es necesario obtener un valor superior a 0,50 para considerar aceptable al modelo, sin embargo, tendrá mayor aceptación si el valor se acerca a 1. Este modelo denota un R-cuadrado de 0,9982.

Interpretación de los parámetros

β_1 = Se determina una relación positiva entre el desempleo femenino y gasto en educación en función del PIB, por lo tanto el valor esperado anual aumentará al 5.96 % , cuando la población femenina varía en 1%, manteniendo las demás variables constantes

B2 = Si la tasa de la Población económicamente activa femenina aumenta en 1% manteniendo las demás variables constantes, por lo tanto, el cambio esperado en la tasa de desempleo femenino será de 2.07%, demuestra una relación positiva y directamente proporcional, entre más PEA exista mayor será la tasa de desempleo debido a que existe mayor demanda de trabajo, y poca oferta.

B3 = La variable población femenina demuestra una relación positiva y directamente proporcional, ya que el aumento 1% en la población provocará un incremento anual del 24.44% en la tasa de desempleo femenino, manteniendo las demás variables constantes

B4 = Esta variable demuestra una relación positiva, directamente proporcional, ya que el aumento del 1% en la tasa de mujeres alfabetos, provocará el aumento en 1.38% en la tasa anual del desempleo femenino, manteniendo las demás variables constantes , esto es evidente ya que el nivel de educación es un factor determinante al momento de conseguir en empleo.

CONCLUSIONES

El trabajo realizado se desarrolló en un marco complejo, que denota la naturaleza de la toma de decisiones de las mujeres en un contexto social desigual y estereotipado en la sociedad y también en su entorno tanto personal como familiar. Las variables que se utilizaron en el presente trabajo son las que revisten mayor significancia y que son las más tradicionales y definitorias a la hora de analizar la condición laboral de las mujeres, de cara al desempleo femenino en el Ecuador.

Entre las variables analizadas se destacó la edad como un elemento condicionante, en su ciclo vital y por su connotación social, debido a que con la edad se catalizan mejor los procesos intelectuales y físicos y se toman decisiones más equilibradas y menos emocionales. De igual manera se hizo hincapié en el nivel de estudios y su relación en el mundo laboral femenino, y las posibilidades de que aumenten las probabilidades de conseguir un trabajo más adecuado. Se analizaron otras variables importantes como el gasto público que hace el Estado en la educación y también la participación de las mujeres en la población económicamente activa. Con base en lo anterior se concluye en lo siguiente:

Existe una relación intrínseca entre el desempleo femenino y gasto en educación en función del PIB y de igual manera con la PEA puesto que mientras mayor sea este índice, tanto más alta será la tasa de desempleo debido a que existe mayor demanda de trabajo, y poca oferta. Otra de las conclusiones de este trabajo es que la variable

población femenina y el desempleo también tienen una relación positiva y directamente proporcional, ya que el aumento 1% en la población provocaría un incremento anual del 24.44% en la tasa de desempleo femenino, manteniendo las demás variables constantes. Al como se espera, el nivel de estudios aumenta la probabilidad de ocupar un puesto de trabajo en comparación con la inactividad. Las inversiones más valiosas, en términos de ocupación, son la Formación profesional superior y los estudios universitarios superiores, siendo, además, las que en mayor medida alejan a la mujer de la inactividad, vemos que en el estudio el nivel de educación incide significativamente en el desempleo femenino, y se considera es un factor determinante al momento de conseguir un empleo, por parte de las mujeres.

Finalmente, en los diferentes análisis realizados, se observó que los determinantes de la situación laboral de la mujer permanecen intactos, con respecto a otros estudios similares, a pesar de los profundos cambios y modificaciones estructurales en nuestra economía en el pasado más reciente, lo que conlleva a pensar que el problema de desempleo femenino en el Ecuador y en América Latina, tiene un corte más profundo y se basa en la cultura y genética social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almquist, E. M. (1977). Women in the Labor Force. *Signs*, 2(4), 843–855. <http://www.jstor.org/stable/3173214>
- Author, D. (2015). The future of work: How the globalization of industry is reshaping the American workforce. *The Academy of Management Journal*, 58(6), 1445-1460.
- Author, D. (2016). Import competition and the great U.S. employment sag of the 2000s. *Journal of Economic Perspectives*, 30(1), 3-20
- Autor, D. (2003). The Growth of Low-Skill Service Jobs and the Polarization of the U.S. Labor Market. *American Economic Review*, 93(2), 195-200.
- Autor, D. (2003). The Polarization of Job Opportunities in the U.S. Labor Market: Implications for Employment and Earnings. In S. Danziger & J. Gottschalk (Eds.), *Uneven Tides: Rising Inequality in America* (pp. 93-113). New York, NY: Russell Sage Foundation.
- Autor, D. (2013). The China Syndrome: Local Labor Market Effects of Import Competition in the United States. *American Economic Review*, 103(6), 2121-68.
- Banco Central del Ecuador (2022) [Información Económica \(bce.fin.ec\)](https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica) <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- Banco Mundial (2022) [World Bank Open Data | Data \(bancomundial.org\)](https://datos.bancomundial.org/) <https://datos.bancomundial.org/>
- Barreto, M., Ryan, M., & Schmitt, M. (2008). Introduction: is the glass ceiling still relevant in the 21st century? 3-18

- Becker, G. (1957). *The Economics of Discrimination*, University of Chicago Press
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), ([cepal.org](https://www.cepal.org/es/datos-y-estadisticas)) <https://www.cepal.org/es/datos-y-estadisticas>
- Constitución de la República del Ecuador (2008). Recuperado de <http://www.asamblea-nacional.gob.ec/constitucion/>
- de Blas, A. M., & Román, Á. M. (2006). Estimación del desempleo femenino oculto: un análisis regional. *Revista Nicolaita de Estudios Económicos*, 1(1), 227-243.
- del Rosal, M. P. O., & Ibáñez, M. N. (2000). Actividad y desempleo femenino: un modelo bivalente. *Estudios de Economía Aplicada*, 14(1), 117-136.
- Fernández Camacho, M. (2020). Políticas pasivas: crisis y desempleo femenino.
- Fielden, S.L. and Davidson, M.J. (1997), «Equal Opportunities in Recruitment: The Job Search Experiences of Unemployed Female and Male Managers», *Equal Opportunities International*, Vol. 16 No. 6/7, pp. 50-59. <https://doi.org/10.1108/eb010699>
- Freeman R. (2006). *The Disappearing Male Worker: What Happens to Men's Employment, Earnings, and Hours in a Globalized Economy?* New York, NY: W.W. Norton & Company.
- Freeman, R. (1985). *Women's Work, Men's Work: Sex Segregation on the Job*. New York, NY: W.W. Norton & Company.
- Freeman, R. (1994). *The Overeducated American*. New York, NY: W.W. Norton & Company.
- Freeman, R. (2012). *The Great Divergence: How America's Growing Inequality Harms the Middle Class*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Freeman, R. (2015). *The Future of Work: How the Globalization of Industry Is Reshaping the American Workforce*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Glass, C., & Cook, A. (2016). Leading at the top: Understanding women's challenges above the glass ceiling. *The Leadership Quarterly*, 27(1), 51-63.
- Gómez Bueno, C. (2001). Mujeres y trabajo: principales ejes de análisis. *Papers: revista de sociología*, (63/64), 0123-140.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Publicaciones Encuesta de Empleo y Desempleo Urbano y Rural (ENEMDUR).
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Publicaciones: Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-desempleo-y-subempleo/>
- Jauregui de Gainza, M. (1992). La educación cívica de la mujer latinoamericana: ¿una respuesta para su emancipación? *Revista Iberoamericana de Autogestión y Acción Comunal*(25/26/27), 235- 241.

- Katz, L. (1991). Changes in the labor market for less-skilled workers. In O. Ashenfelter & R. Layard (Eds.), *Handbook of labor economics* (Vol. 1, pp. 1463-1555). Elsevier.
- Katz, L. (2010). The polarization of the U.S. labor market. In D. Acemoglu & D. Autor (Eds.), *Skills, tasks, and technologies: Implications for employment and earnings* (pp. 3-32). University of Chicago Press
- Katz, L. (2015). *The future of work: How the globalization of industry is reshaping the American workforce*. MIT Press.
- Katz, L. (2016). *The rise and nature of alternative work arrangements in the United States, 1995-2015*. National Bureau of Economic Research.
- Katz, L. (2018). *The future of work and workers*. MIT Press
- Krueger, A. B. (1994). The effect of the minimum wage on employment and unemployment. *American Economic Review*, 84(2), pp. 188-192.
- Krueger, A. B. (1995). *Myth and measurement: The new economics of the minimum wage*. Princeton University Press.
- Krueger, A. B. (2014). The impact of the Affordable Care Act on the labor market. In J. C. Panis, R. G. Valletta, & J. D. Wilcox (Eds.), *Health reform, labor markets, and commuting* (pp. 3-34). Federal Reserve Bank of San Francisco.
- Krueger, A. B. (2016). *The rise and nature of alternative work arrangements in the United States, 1995-2015*. National Bureau of Economic Research.
- Lucas Tóala, K. A., & Plua Villamar, F. M. (2019). *Análisis del desempleo en el Ecuador y su incidencia en el crecimiento económico, período 2014-2018* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas).
- Montaño Armijos, L. R. (2020). *Análisis de los determinantes de la probabilidad de desempleo femenino en Cuenca urbano, 2019* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
- Olmedo, P. (2018). El empleo en el Ecuador-Una mirada a la situación y perspectivas para el mercado laboral actual. *Friedrich ebert stiftung*, 5, 1-48.
- Oppenheimer, V. K. (1970). The female labor force in the United States: Demographic and economic factors governing its growth and changing composition (No. 5). IICA.
- Ray, M. (1990) *Recruitment Advertising*. Newton-le-Willows, Lanes.: McCorquodale (Newton) Ltd

CAPÍTULO 23

FACTORES DESENCADENANTES DEL FRACASO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA FACTORS TRIGGERING THE FAILURE OF ENTERPRISES IN THE PROVINCE OF SANTA ELENA

Jiménez Julissa¹

Bolívar Aarón²

José Palacios Meléndez³

Verónica Benavides Benítez⁴

RESUMEN

En los tiempos modernos, el emprendimiento representa en la economía ecuatoriana la llave que permite el ejercicio del comercio legal en todo el país como modelo

1 orcid.org/0000-0002-7070-536X

2 orcid.org/0000-0002-3824-5113

3 orcid.org/0000-0002-4738-4641

4 orcid.org/0000-0002-4360-6032

de negocio. Esta actividad requiere de refuerzo, inversión y sostenibilidad para su posicionamiento en la economía donde se desarrolla. Estos emprendedores activan la economía privada con el fin de sustentar sus hogares, generando empleos directos como economía familiar, dando lugar al crecimiento social y contribuyendo al incremento del valor agregado de la economía ecuatoriana. Cabe señalar que la participación del Estado en este modelo de negocios es fundamental, ya que la legislación promulgada apunta a regularizar y promover la constitución de empresas de manera organizada, con trámites sencillos y habilitando los procesos de manera armónica con las políticas de Estado.

El objetivo principal de esta investigación es indagar los factores desencadenantes que actualmente inciden en el fracaso de los diferentes tipos de emprendimientos. Entendiendo que estos factores pueden ser mitigados o evaluados para fortalecer el modelo de negocio ya referenciado. La encuesta se enfoca en los empresarios que viven en la provincia de Santa Elena con sus tres cantones, Santa Elena, La Libertad y Salinas.

El periodo de la investigación documenta los años 2020-2021, ya que el país, como todo el mundo, hoy en día tiene un antes y un después que provocó la pandemia ocasionada por el COVID 2019. Este fenómeno dio pie a la implementación de estrategias que permitieran a las familias ecuatorianas la diversificación de las actividades económicas para adaptarse a los nuevos tiempos. Por ello, el estudio busca identificar las diversas características del emprendimiento que promueven los emprendedores, determinando el acceso a fuentes de financiamiento públicas y privadas que contribuyen a financiar la inversión y el apalancamiento para brindar sostenibilidad empresarial en el tiempo. En el mismo orden, la investigación explora la verificación de los conocimientos esenciales de gestión administrativa que practican los empresarios para dar expresión a actos administrativos que demuestren la actividad comercial frente a terceros y que les permitan controlar y supervisar sus finanzas y la gestión estratégica.

Para el presente estudio se realiza una investigación cualitativa-exploratoria-descriptiva mediante el uso de instrumentos de recolección de datos a través de instrumentos como la encuesta, aplicada a comerciantes emprendedores de la Provincia de Santa Elena. El sustento del instrumento permitirá evidenciar cuáles son las causas motivacionales del emprendimiento, el acceso a fuentes de financiamiento privadas y públicas, identificará su relación en el resultado de la gestión administrativa en los indicadores de emprendimiento debido a la determinación del fracaso de los emprendedores. Cabe señalar que no existe una estructura en el desempeño de las funciones administrativas que contribuyan al buen desarrollo de las actividades económicas debido al desconocimiento de la Gestión Administrativa que realizan quienes se desempeñan en el ejercicio comercial. Todo esto representa el detonante de las quiebras de los emprendimientos de la Provincia de Santa Elena, a pesar de que estos son el eje fundamental de abastecimiento de recursos para el hogar.

ABSTRACT

In modern times, entrepreneurship represents in the Ecuadorian economy the key that allows the exercise of legal trade throughout the country as a business model. This activity requires reinforcement, investment and sustainability for its positioning in the economy where it is carried out. These entrepreneurs activate the private economy in order to support their homes, generating direct jobs as a family economy, giving rise to social growth and contributing to the increase in added value of the Ecuadorian economy. It should be noted that the participation of the State in this business model is fundamental, since the enacted legislation aims to regularize and promote the incorporation of companies in an organized manner, with simple procedures and enabling the processes in harmony with State policies.

The main objective of this research is to investigate the triggering factors that currently affect the failure of different types of ventures. Understanding that these factors can be mitigated or evaluated to strengthen the business model already referenced. The survey focuses on businessmen who live in the province of Santa Elena with its three cantons, Santa Elena, La Libertad and Salinas.

The research period documents the years 2020-2021, since the country, like the whole world, today has a before and after that caused the pandemic caused by COVID 2019. This phenomenon gave rise to the implementation of strategies that would allow Ecuadorian families to diversify economic activities to adapt to changing times. Therefore, the study seeks to identify the various characteristics of entrepreneurship promoted by entrepreneurs, determining access to public and private sources of financing that contribute to financing investment and leverage to provide business sustainability over time. In the same order, the investigation explores the verification of the essential knowledge of administrative management that businessmen practice to give expression to administrative acts that demonstrate the commercial activity before third parties and that allow them to control and supervise their finances and strategic management.

For the present study, a qualitative-exploratory-descriptive investigation is carried out through the use of data collection instruments through instruments such as the survey, applied to entrepreneurial merchants in the Province of Santa Elena. The support of the instrument will make it possible to demonstrate what are the motivational causes of entrepreneurship, access to private and public sources of financing, will identify their relationship in the result of administrative management in entrepreneurship indicators due to the determination of the failure of entrepreneurs. It should be noted that there is no structure in the performance of administrative functions that contribute to the proper development of economic activities due to the lack of knowledge of Administrative Management carried out by those who work in the commercial exercise. All this represents the trigger for the bankruptcies of the enterprises in the Province of Santa Elena, despite the fact that these are the fundamental axis of supplying resources for the home.

palabras-clave: Factores; Emprendimiento; Fracaso; Emprendedores; Administración.

Espacio reservado para la organización del congreso.

INTRODUCCIÓN

“El emprendimiento en Latinoamérica radica en la capacidad que tienen las microempresas para generar empleo y llegar a ser un motor para la economía de estos países.” (Salazar, Bajaña, 2020). El *emprendimiento* se entiende como la creación de nuevas empresas para el autoempleo y se ha convertido en una de las principales modalidades de generación de ingreso en contextos de economías en desarrollo, como las de América Latina (Querejazu C. , 2020).

En países de América Latina, durante la pasada década, entre 18 % y 30 % de la población económicamente activa estaba relacionada con actividades de emprendimiento, en comparación con porcentajes de 10 % en Estados Unidos y 6 % en la Unión Europea (Larroulet & Couyoumdjian, 2009).

Los emprendimientos requieren de la evolución y mejora continua para su crecimiento sostenible y en definitiva el posicionamiento en el mercado donde se pretenda establecer, ya que contribuye al desarrollo económico de un país, Ecuador es uno de los países con un alto porcentaje de Actividad Emprendedora Temprana con el 36.2%, según Global Entrepreneurship Monitor (GEM), siendo “un elemento crítico en el crecimiento, especialmente en países en desarrollo, donde contribuye al fortalecimiento de las cadenas de valor”. (Lasio, Amaya, Zambrano y Ordeñana, 2020, pág. 18). Entre enero y agosto de 2022, se crearon 13.179 nuevas empresas en Ecuador, un 23% más que en 2021. A este ritmo, el país va camino a alcanzar un récord histórico de constitución de más de 22.000 nuevas empresas en el presente año. (Jaramillo, 2022).

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. (Boza, 2018).

El emprendimiento se ha convertido en un aspecto importante para el desarrollo social, siendo un eje principal para que el Gobierno desarrolle leyes que permitan impulsar un entorno propicio para la formación de compañías y para que los emprendimientos sean formalizados, facilitando que emprendedores y organizaciones ya existentes encuentren un entorno apropiado para crear nuevos emprendimientos. Es por eso que el 28 de febrero del 2020, se expide Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, con la finalidad de: “facilitar y armonizar la participación de actores públicos y privados del ecosistema emprendedor, que facilite y estimule el desarrollo de emprendimientos, así como maximizar su duración, sus resultados económicos y sociales y principalmente, potenciar su acceso al mercado nacional y extranjero siempre en beneficio del desarrollo del Ecuador.” (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020).

El gobierno a través de sus brazos ejecutores como lo son los gobiernos regionales mediante Alcaldías, Prefecturas entre otros; a impulsado el emprendimiento en la Provincia de Santa Elena realizando ruedas de negocios para fomentar el desarrollo local de productos de consumo o la prestación de servicios. En el mismo orden, El

Ministerio de Agricultura y Tierra ha promovido actividades como el proyecto “Desarrollo de alternativas Productivas y Oportunidades de Negocios en un entorno de Bosque Seco”.

Cabe destacar, que las iniciativas gubernamentales enfocan el emprendimiento como alternativa de comercio y de sustento para las familias de la Península, sin embargo surgen las incognitas siguientes:

¿Porqué fracasan los emprendimientos en la Península de Santa Elena?

¿Porqué si, representa el sustento de vida para las familias, el emprendimiento no es sustentable y sostenible en el tiempo?

1 de cada 3 ecuatorianos, es emprendedor (más que en el resto de países de América Latina); sin embargo, el 90% de los emprendimientos en Ecuador, no llega a los tres años. (SCHOOL, 2021). El problema que se examina en la presente investigación es analizar los factores desencadenantes del fracaso de los emprendimientos en la Provincia de Santa Elena, considerando como hipótesis que estos fracasos principalmente obedecen a falta de direccionamiento antes y durante el desarrollo del emprendimiento.

23.1 EL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento se define como un proceso dinámico de visión, cambio y creación que requiere la aplicación de energía y pasión para la implementación de nuevas ideas y soluciones creativas (Kuratko, 2005). El emprendimiento viene de la generación de la iniciativa empresarial, la misma que es una combinación entre iniciativa, innovación y cálculo del riesgo, además de la determinación de las oportunidades de mercado, la movilización de recursos y la gestión eficaz de los mismos para crear empresas responsables, viables y productivas (Continental, 2016).

El emprendimiento es una característica de la economía, como respuesta a los altos niveles de desempleo que enfrentan los países y que a través del autoempleo se convierte en una alternativa para obtener ingresos.

La sostenibilidad de los emprendimientos es uno de los desafíos que se presentan en el Ecuador. Por ello, es necesario y al mismo tiempo estimular la creación de pequeñas y medianas empresas y la economía familiar en negocios que amplían la plataforma de producción y consumo de diversas zonas del país, como sucede en la Provincia de Santa Elena (Lilia, 2017).

Tabla I. Tipos de Emprendimiento

TIPO	CLASIFICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Según su propósito	Pequeñas empresas	-El propietario dirige la organización -Son apenas rentables para sus dueños
	Empresas escalables	-Son concebidos con la idea de generar grandes niveles de crecimiento -Emprendimientos de innovación y tecnológicos
	Organizaciones sociales	-Empresas sin fines de lucro -Generan un impacto en el mundo.
Según su nivel de innovación	Emprendimientos novedosos	-Productos y servicios innovadores -Generan mayor impacto ante un problema o necesidad de mercado. -Requieren capital alto, para proceso de investigación.
	Negocios oportunistas	-Permanecen un largo tiempo en investigación y desarrollo. -Son ejecutadas por organizaciones que tienen una porción de mercado.
	Negocios espejos	-Se enfocan en vender productos ya existentes.

Tabla I: Tipos de emprendimientos

Fuente: (Content, 2018)

23.2 EMPRENDEDORES

Los emprendedores son agentes de cambio dentro de la economía de un país, quienes constantemente están en búsqueda de nuevas oportunidades, creando e innovando productos o servicios para satisfacer una necesidad identificada, y no solo eso, sino que también contribuyen a la economía del sector en donde emprenden. Las ciencias económicas tienen una visión funcional (el quehacer), las ciencias humanas se centran en el sujeto (quien y por que) y las ciencias de la gestión, en el proceso (el como). Los trabajos de investigación sobre el entrepreneurship se han multiplicado durante los últimos años y su construcción se ha abordado desde diferentes enfoques: el actor principal (emprendedor), el entorno, el acto generador (creación de nuevas organizaciones) y la problemática de la pequeña empresa (Verstraete, 2005).

El carácter del emprendedor implica los factores internos del individuo (como personalidad, valores, los objetivos, etc.), y factores externos (la sociedad, el gobierno, la

economía, etc.) estas mezclas ayudan a los emprendedores a visualizar oportunidades que a la larga se convertirán en proyectos que son susceptibles (tarde o temprano) de llevarse a cabo. (Chavez, 2016).

Para el emprendedor muchas veces va a significar un reto, en donde no solamente se pone en riesgo su capital sino también la parte emocional, ya que muchas veces se encuentra en una situación de incertidumbre y que sin el apoyo necesario del sector público y privado es probable que esos emprendimientos fracasen.

23.3 IMPORTANCIA DE LOS EMPRENDEDORES EN LA SOCIEDAD

- “Los emprendedores mejoran el nivel de vida de la población.
- Aportan beneficios sociales y económicos a la sociedad.
- Asumen responsabilidades familiares y sociales.
- Crecen socialmente.
- Sus habilidades, conocimientos, actitudes y valores hacen que la sociedad y el país mejore.” (Chavez, 2016)

Tabla II. Tipos de emprendedores

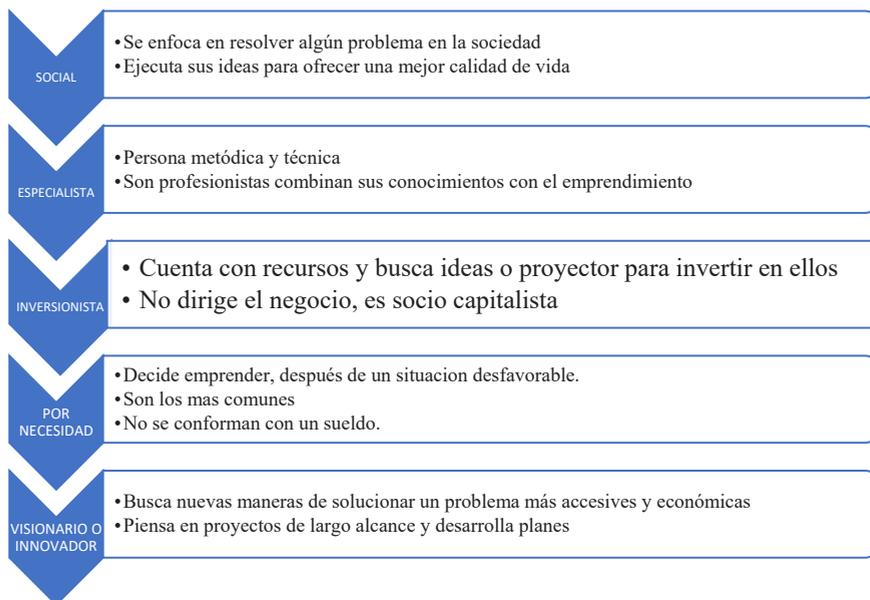


Tabla 2: Tipos de emprendimientos

Fuente: (Content, 2018)

23.4 FACTORES QUE AFECTAN EL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR

Factor es aquello que provoca un determinado resultado, cambio, evolución o transformación de algún hecho o circunstancia deseada o no. Por ejemplo, el aumento en los gases de efecto invernadero, incrementa el calentamiento global.

“En la actualidad el Ecuador es reconocido como uno de los países con más emprendimiento a nivel latinoamericano, pero lamentablemente estos negocios suelen ser efímeros o de muy poca duración por muchos factores que le impide progresar y conservarse en el mercado comercial, entre los que destacan la poca o nula innovación, la decreciente rentabilidad y las diferentes problemáticas que se les presentan al acceder a un crédito entre otros componentes que delimitan a estos generadores de empleo obtener sustentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.” (Verónica Roxana Rodríguez Aguilar, Cristian Raúl Reina Pinargote, Kary Gertrudis Rodríguez Moran, 2020).

Se ha centrado el trabajo de investigación en la Provincia de Santa Elena, considerando por qué los emprendimientos presentan factores desencadenantes que los lleven al fracaso si estos representan una fuente de trabajo directa para la familia y tributa en las estadísticas de fuentes de empleo como principal motor de producción económica del País.

En este orden, mediante la identificación de las características de los emprendimientos que existen actualmente en los Cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas de la Provincia de Santa Elena, del acceso a las diversas fuentes de financiamiento para la sostenibilidad y desarrollo del negocio y de la utilización de las buenas prácticas administrativas que coadyuben a la consecución de las metas a corto mediano y largo plazo de los emprendimientos sujetos a evaluación, queremos contribuir con la temática de las investigaciones atinentes a los fracasos de los emprendedores que sucumben a los primeros cinco años de gestión por carecer de instrumentos de motivación, dirección y financiamiento en su proceso productivo.

23.5 METODOLOGÍA A DESARROLLAR

Para la documentación de la presente investigación se realizó el levantamiento de información cualitativa de la dinámica de los emprendimientos en la Provincia de Santa Elena de forma exploratoria, mediante instrumento de recolección de datos denominado cuestionario, en el cual se plasma una serie de datos descriptivos que serán agrupados por características para posteriormente ser interpretados.

La población sujeta a evaluación refiere a la cartera de clientes de la empresa Margikal, S.A la cual tiene como objeto social la comercialización de productos de consumo masivo y está calificada como una mediana empresa según la categorización del Sistema de Rentas Internas. Cabe destacar, que esta empresa ejerce comercio en toda la Provincia de Santa Elena con una cartera de clientes activos cercana a los cinco mil ochocientos clientes.

Para determinar la muestra sujeta de evaluación para nuestra investigación se consideró a todos aquellos clientes con la política financiera de contado, esto debido a que representa el 94% de la cartera, siendo el 6% clientes a crédito que para nuestra evaluación no sería representativa.

Asimismo, el 94% de los clientes tienen una concentración significativa en las rutas de Libertad, Ruta del Sol y Playas, por lo cual se tomó de ese 94%, el 72% de dichos clientes representado de esta forma una muestra significativa de la población a la que se aplicará la encuesta.

Para la aplicación de la encuesta se automatizó un banco de 20 preguntas de selección simple la cual quedará automatizada para su extracción y posterior evaluación. El cronograma de recolección de datos, se estableció de forma que los vendedores pudieran aplicar la encuesta a cada cliente visitado para el ejercicio de sus actividades diarias. Dicho cronograma fue el siguiente:

Tabla III. Selección de Muestra y Cronograma de Visitas.

CARTERA	TOTAL	CONTADO	SELECCIÓN %	MUESTRA %	VISITAS	
ESPECIAL	261	-170	-3%			
FORANEAS	564	-542	-9%			
LIBERTAD	1423	-1378	-24%	-24%	LUNES	MARTES
PLAYAS	865	-806	-14%	-14%	MIERCOLES	
RUTA DEL SOL	1310	-1259	-22%	-22%	JUEVES	VIERNES
SALINAS	748	-701	-12%	-12%	LUNES	
SANTA ELENA	566	-533	-9%			
TOTAL GENERAL.	5,737	-5,389	-94%	-72%		
VALOR ABSOLUTO	100	-93.93%				

Tabla 3: Selección de Muestra y Cronograma de Visita

Fuente: Base de datos Clientes Margokal, S.A.

RESULTADOS

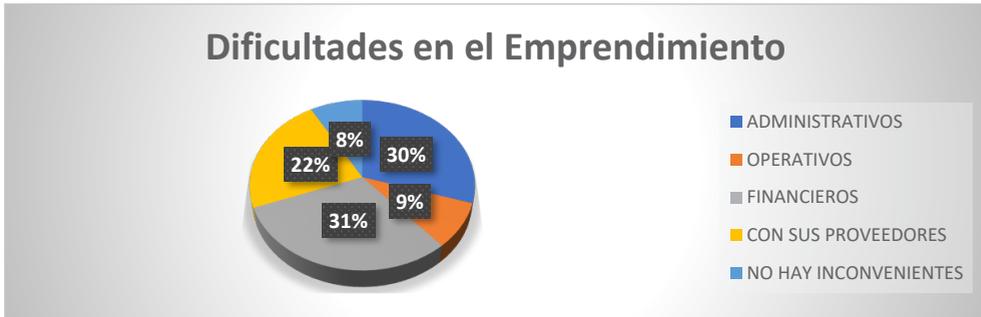
Al evaluar los cómputos de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la población sujeta a evaluación, podemos constatar lo siguiente:

Al referirnos a las causales del emprendimiento que presenta la Provincia de Santa Elena, podemos indicar que el 49% de los emprendedores inician sus actividades por necesidad, el 30% por independencia económica, el 15% por la identificación de oportunidades de negocio y sólo el 6% por deducir que un negocio similar a otro es rentable y conveniente para su emprendimiento.

En concordancia con los resultados anteriores, podemos indicar que la formación académica de los emprendedores antes mencionados está representada de la forma siguiente: El 34% alcanzó a culminar la secundaria y el 25% terminó la primaria, lo que nos demuestra que el 59% de los emprendedores no cuentan con estudios académicos o una formación técnica para la razón social que emprenden o la administración que pretenden.

En el mismo orden, pudimos obtener información relacionada con el tiempo de emprendimiento que han mantenido sus negocios operativos dando sustento a sus necesidades según lo anteriormente descrito. El 31% de los encuestados están operativos con un rango de 1 a 3 años de funcionamiento, el 29% cuentan con un emprendimiento entre 4 y 6 años y el 40% presenta un tiempo de gestión superior a los 7 años.

Los principales inconvenientes que los emprendedores manifiestan están presentes en los siguientes segmentos: El 31% indica que mantiene problemas financieros, el 30% manifiesta que sus problemas obedecen a trámites administrativos y el 22% indica que sus inconvenientes operativos radican en sus proveedores.



Gráfica 1: Fuente: Base de datos Clientes Margekal, S.A

Si analizamos detenidamente la información relacionada con las cualidades que todo emprendimiento en su actividad propia de comercio debe fomentar, según las preguntas que enmarcan el diagnóstico, podemos deducir que las principales dificultades obedecen a segmentos propios de la Gestión Administrativa y de los conocimientos académicos necesarios para una buena práctica administrativa y financiera. Seguidamente y en razón a indagar sobre los conocimientos administrativos básicos para mantener un Control de Gestión apropiado, los encuestados manifestaron que el 45% tiene conocimientos intermedios de procesos administrativos, el 29% manifestó que sus conocimientos son básicos. De dicha información se desprende la necesidad de entender como realizan sus procesos administrativos debido a la información suministrada por lo cual se documentó lo siguiente:



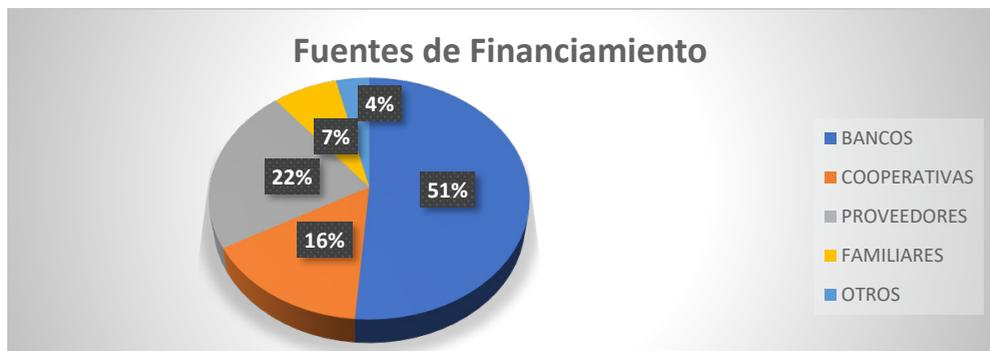
Gráfica 2: Fuente: Base de datos Clientes Margekal, S.A

El 44% no cuenta con personal que realice soporte administrativo para la gestión económica, el 32% cuenta con personal administrativos y el 24% contrata servicios administrativos a terceros.



Gráfica 3: Fuente: Base de datos Clientes Margekal, S.A

De las actividades financieras se pudo obtener información atinente a fuentes de financiamiento, las cuales se documentan de la forma siguiente:



Gráfica 4: Fuente: Base de datos Clientes Margekal, S.A

El 66% ha acudido al sistema financiero del país concentrado en entidades bancarias y cooperativas, sin embargo, el 22% cuenta con financiamiento directo de los proveedores para apalancar sus actividades de comercio. En atención a los procesos contables relacionados con el Punto de Equilibrio y costos fijos de la Gestión Administrativa pudimos constatar que el 66% desconoce el punto de equilibrio de sus actividades de comercios y el 77% desconoce sus costos fijos. Con referencia a los sistemas administrativos automatizados que manejan los encuestados y se documentó que el 47% maneja sistemas administrativos automatizados y el 53% maneja su administración de forma manual.

De las obligaciones propias de ejercicio económico se solicitó información de la metodología de pago de sus obligaciones y del reconocimiento de las mismas. Se pudo documentar que el 78% cancela sus obligaciones cuando el proveedor solicita la cancelación de la deuda y el 17% realiza un cronograma de pagos.

Por último, con respecto a los controles administrativos que son realizados en la Gestión Administrativa, la cual fue documentada con la frecuencia siguiente, El 37%

indica que realiza controles mensuales de sus actividades administrativas, 37% no realiza controles administrativos, el 19% realiza actividades de control de forma semanal y el 13% lo realiza diariamente.

CONCLUSIONES

Una vez evaluada toda la información recabada de forma exploratoria mediante el instrumento de recolección de datos como fue el cuestionario, podemos dar respuesta a las interrogantes planteadas en el tema de investigación.

La Gestión Administrativa en sus diferentes etapas brinda seguridad y control de los actos administrativos que todo comercio realiza. Los sistemas automatizados están concebidos de tal forma que mitigan los errores y la susceptibilidad de la desviación sustancial del direccionamiento de la empresa toda vez que suministra información de forma oportuna para la toma de decisiones acordes a los planes y proyectos del emprendimiento.

La filosofía del emprendimiento en nuestra investigación radica en la necesidad de llevar el sustento al hogar y la búsqueda de la independencia laboral, lo que demuestra que los emprendimientos nacen de forma empírica y pocas veces estructurada. Esta situación podemos entenderla en atención a la formación académica que los encuestados manifiestan, lo cual los limita en conocimiento y en la realización de actividades que les permitan visualizar sus errores y sus aciertos en la administración. Los obstáculos que enfrentan son propios del ejercicio de comercio, sin embargo, al no contar con herramientas que les permita proyectar ingresos, gastos, inversión, control y aprovisionamiento, es casi imposible que un emprendimiento consiga mantenerse en el mercado a lo largo del tiempo. Es necesario que los emprendimientos manejen herramientas tecnológicas y herramientas administrativas que les permitan la mejora continua y la sostenibilidad de su negocio de forma dinámica y con un efectivo control de gestión.

Por todo lo antes expuesto se puede aseverar que los emprendimientos en la Provincia de Santa Elena desaparecen del mercado debido al poco conocimiento de la gestión administrativa, a la nula operatividad en materia contable y el poco interés en mantener una gestión documentada de sus actividades económicas. A lo largo del tiempo el control ha sido eje fundamental para que las empresas puedan seguir o corregir el rumbo que toman al momento de generar inversiones, por lo que aún en la actualidad todo aquel que no realiza actividades de control y de evaluación continua tiende a fracasar en las actividades que desempeñan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boza, C. S. (2018). La importancia del emprendimiento en la Economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7), 12.
- Chavez, L. M. (2016). *Guía Practica de emprendimientos*. La Caracola Editores.

- Content, R. R. (29 de Diciembre de 2018). *Redator Rock Content*. Obtido de Redator Rock Content.
- Continental, U. (2016). *Emprendimiento e innovación*. Universidad Continental.
- Jaramillo, F. (18 de Septiembre de 2022). *PRIMICIAS*.
- Lasio, Amaya, Zambrano y Ordeñana. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*. ©2020 ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL.
- Lilia, V. C. (2017). Emprendimiento en Ecuador. Estudio de caso: Provincia de Santa Elena. *Revista Killkana Sociales*, 1(2), 27-32.
- Salazar, Bajaña. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía: teoría y práctica*.
- SCHOOL, E. B. (2021). *EDES BUSSINESS SCHOOL*.
- Verónica Roxana Rodríguez Aguilar, Cristian Raúl Reina Pinargote, Kary Gertrudis Rodríguez Moran. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. *FIPCAEC*, 5(4), 91-113.

CAPÍTULO 24

“PLAN ESTRATÉGICO PARA LA MEJORA CONTINUA DEL GADMCLL EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022”

Luis Sosa García¹

Juan Vélez Guale

José Palacios Meléndez²

Verónica Ponce Chalen³

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal diagnosticar el plan estratégico para la mejora continua de los colaboradores del GADMCLL en la provincia de Santa Elena.- Este estudio se desarrolló con un tipo de investigación descriptiva y exploratorio que permitió observar las realidades de hecho, datos recabados, especialmente de los resultados obtenidos con la aplicación de instrumentos de investigación, así como también hacer un análisis de la relación existente de las variables.- Desde la perspectiva cualitativa nos permitió analizar los diversos criterios en el objeto de estudio, obtenida en la entrevista al Alcalde y Directores Departamentales, con dicha

1 orcid.org/0000-0001-8504-9783

2 orcid.org/0000-0002-4738-4641

3 orcid.org/0000-0002-2038-2654

información dar una conclusión y recomendación, por otra parte la investigación cuantitativa porque el problema requiere de un análisis externo y objetivo además obtener información a través de la utilización de cifras estadísticas del tema planteado, y las encuestas aplicadas al personal administrativo – operativo y ciudadanía en general. Entre los resultados obtenidos se logró detectar que la institución no posee un plan estratégico actualizado y no conocen la palabra Kaizen que permita desarrollar e implementar planes para alcanzar propósitos u objetivos ya que de esta manera se puede tener una visión y misión clara que apunte al aumento de productividad en el personal del GADMCLL.

palabras-clave: Plan estratégico, mejora continua, procesos.

Espacio reservado para la organización del congreso.

24.1 INTRODUCCIÓN

Es el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción, la planeación se anticipa a la toma de decisiones. Por otro lado, la planeación estratégica, se comprende un sistema gerencial para tomar decisiones (Leal, Bolívar, & Castillo), partiendo de un proceso y análisis de información del entorno, con la intención de evaluar la situación y decidir el direccionamiento de la empresa que coadyuve la consecución de objetivos competitivamente. (Maleka, 2014), clarifica que la planeación estratégica es un proceso continuo de la empresa que implica un análisis, decisión y acción, para implementar estrategias que contribuyan a enfrentar los cambios del entorno, además, de crear y mantener ventajas competitivas.

En este sentido, los planes estratégicos necesariamente deben estar ligados al surgimiento de instituciones de financiamiento flexibles, la integración entre agentes públicos y privados y la innovación en las formas de gestión y organización productiva (Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, 2013). El entorno actual obliga a las organizaciones a desarrollar actividades de gestión que les resulten eficaces para enfrentar los cambios, competencia, herramientas administrativas y de acción que logren una mejora continua en la satisfacción de la sociedad.

Bajo estos conceptos, la mayoría de los gobiernos locales o municipios en América Latina han incluido dentro de sus constituciones, objetivos de estados que buscan, el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo impuestos por la Organización de Naciones Unidas, en la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030 (CEPAL, 2019) específicamente en:

- I. Generar paz y bienestar de sus pueblos y la protección del medio ambiente.
- II. Promover libertad, seguridad, espacios de libertad, justicia sin fronteras, competencia libre sin falsedad.

- III. Promover el desarrollo sostenible a través de crecimiento económico, estabilidad de precios, economía social, pleno empleo, progreso social, protección, ambiente de calidad.
- IV. Combatir la exclusión social, discriminación, igualdad entre hombres y mujeres y respeto a la pluriculturalidad (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2019, p. 8).

Al mismo tiempo, la planificación regional adoptó entonces un enfoque en que las metas de equidad social fueron trasplantadas a la política territorial, asumiendo las premisas de la distribución futura de los beneficios que se estaban generando y del mantenimiento de aquel crecimiento en el largo plazo.

En Ecuador, se busca alcanzar una mejora continua de los procesos de gestión de los Municipios, enfocados en mejorar: los lineamientos estratégicos, objetivos, indicadores y metas, además, esta mejora se plasma en un plan estratégico. Ecuador tiene 24 provincias y 201 cantones, cada cantón tiene un GAD o Municipio. Con el fin de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos ecuatorianos, y bajo la Administración de un alcalde y un Concejo municipal integrado por 7 concejales elegidos por votación popular en cada cantón, se administran y fiscalizan el presupuesto otorgado por el gobierno y el que generan de la recaudación por impuestos y patentes (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Del Ecuador [COOTAD], 2010, p. 27).

Sobre todo, la planificación normativa permite utilizar como instrumento para el desarrollo local, en este caso, uno de los deberes primordiales del Estado, establecido en la Constitución de la República del Ecuador 2008, en el Artículo 3: “Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir” (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2011, p.9).

En la actualidad un plan estratégico que permita medir la mejora continua en el municipio del gobierno autónomo descentralizado del cantón La Libertad en la provincia de Santa Elena, es de vital importancia para generar valor agregado a la organización de estudio a la que se va a aplicar la investigación para definir su visión, misión, valores, y las estrategias a partir de su diagnóstico interno y externo, mediante el cual se identifican los factores claves de éxito para lograr la posición competitiva.

En vista del desarrollo del artículo se prevé encontrar información idónea para promover iniciativas y políticas dirigidas a la sostenibilidad para el desenvolvimiento en las tareas del personal para que de esta manera se pueda lograr los objetivos deseados con eficacia y eficiencia (Efectividad). En la tabla 1 se muestra la estructura de la planificación para el cumplimiento de desarrollo de diferentes ejes de desarrollo territorial.

Tabla 1 - Estructura de la planificación para el cumplimiento de desarrollo

EJE	CONTENIDO
<i>Económico y Generación</i>	<i>4 objetivos, 14 políticas y 38 metas</i>
<i>Eje social</i>	<i>4 objetivos, 20 políticas y 13 metas</i>
<i>Eje seguridad Integral</i>	<i>2 objetivos, 5 políticas y 13 metas</i>
<i>Eje transaccional Ecológica</i>	<i>3 objetivos, 9 políticas y 17 metas</i>
<i>Eje Institucional</i>	<i>3 objetivos, 7 políticas y 16 metas</i>
<i>En este documento también se incluye:</i>	
<i>Evaluación socioeconómica de los efectos de la pandemia causada por el COVID-19.</i>	<i>Informes de la Secretaría Nacional de Planificación Nacional del Ecuador</i>
<i>Visión de largo plazo y Escenario deseado a 2030.</i>	
<i>Estrategia y Modelo Territorial Nacional.</i>	

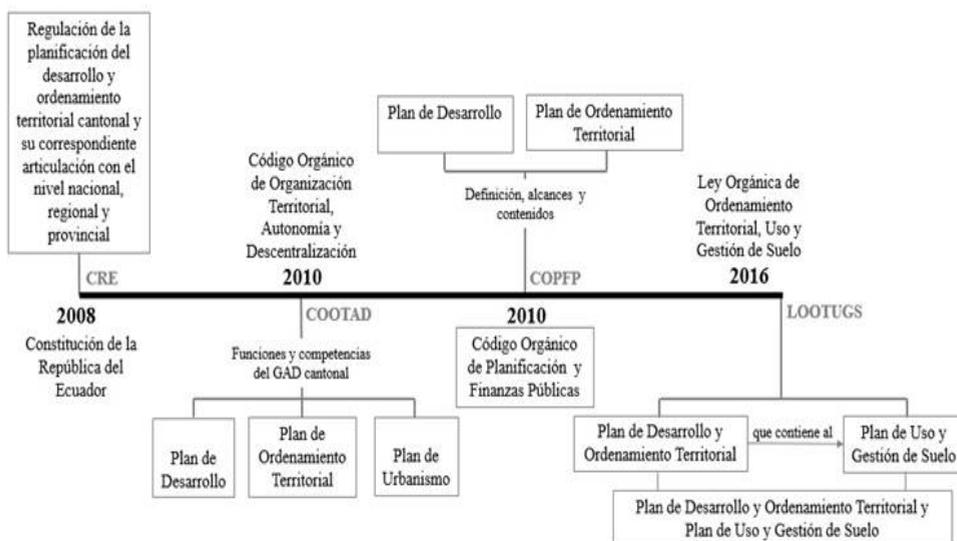
Nota. *Autoría propia creada desde Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*

Sobre todo la investigación tiene mucha importancia para detectar posibles factores que influyen en las institución pública al no tener un proceso administrativo adecuado y óptimo que garantice el fiel cumplimiento de sus metas, a sus colaboradores y de su organización para la mejora continua de la misma, es por ello que se torna a la mejora continua de un plan estratégico en el objeto de estudio para la consecución de objetivos siendo un punto clave para el éxito, por lo contrario podría decirse que una de las principales causas del fracaso en el mundo de los negocios es no tener un plan estratégico bien fundamentado e implementado.

De igual forma es fundamental hacer un diagnóstico estratégico evaluando tanto le ambiente interno como el externo, este es el proceso que permite conocer la situación real de la empresa y de sus entornos, surgiendo de estas ideas para determinar la orientación que se puede dar a la empresa a futuro. (Monchón & Mochón, 2014).

En tal sentido un buen plan estratégico ayuda a la empresa a conseguir sus objetivos para mantenerse vigente (ver figura #1), estando siempre al pendiente de sus competencias tanto externas como internas es decir es el puente que va desde el lugar en donde estamos hasta el lugar a donde queremos llegar en un futuro deseado, esto implica no solo la introducción de cosas nuevas, sino también una innovación sensible y funcional (David, 2013).

Figura 1 - Lineamientos del Plan de Desarrollo Territorial



Nota. Elaborado por autor.

Sin embargo, no hay elemento más importante y fundamental es el establecimiento de un ambiente adecuado que permita a las personas conocer sus propósitos y objetivos, las tareas que deben realizar y las instrucciones que deben seguir en el desempeño de sus puestos. - Para que el esfuerzo colectivo sea eficaz y que de esta manera las personas deben saber qué es lo que se espera que hagan.

Otros aspectos importantes que se viene dando en el camino es la mejora continua que apoya a las organizaciones para el manejo adecuado de la cultura organizacional y el enfoque correcto de la calidad en la función pública.- Cabe recalcar que la investigación realizada es exploratoria, porque es un tema de estudio que no se conoce y por lo tanto se requiere explorar e indagar, con el fin de alcanzar el objetivo planteado y de esta forma dar valor a la investigación para familiarizarse con el tema para posibles soluciones y conclusiones.

La mejora continua (figura #2) es una actividad recurrente para aumentar el desempeño de la organización en relación con la calidad, productividad y competitividad. La mejora continua es consecuencia de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, identificando causas o restricciones, estableciendo nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo de los resultados obtenidos y estandarizados los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño. (Castellanos, 2014).



Según (Fuentes, 2016) Íntimamente está relacionado con el Control Total de Calidad está el método Deming, también conocido como el proceso de mejoramiento de la calidad o mejora continua. El doctor Deming bautizo a esta filosofía como los catorce puntos, los cuales pueden resumirse de la siguiente forma:

- Ser constante en el propósito de mejorar los productos y servicios.
- Adoptar la nueva filosofía del absoluto rechazo a permito defectos.
- Eliminar prácticas de inspección masiva.
- Acabar con las prácticas de adjudicar contratos de compras basándose exclusivamente en el precio.
- Mejorar continuamente y por siempre el sistema de producción y de servicios.
- Ofrecer capacitación en el trabajo de todos los niveles.
- Dar a conocer cómo hacer bien el trabajo
- Impulsar las comunicaciones y la productividad.

Tabla 2

Filosofía Deming

Nota. Elaborado por autor

Es importante mencionar que el plan estratégico para la mejora continua se va a analizar diferentes aspectos cualitativos y cuantitativos de los recursos disponibles que tiene la institución GAD Municipal del cantón la Libertad para la propuesta que se va a desarrollar en el trabajo, ya que existe un beneficio de todo el personal quienes conforman la institución al diagnosticar si es viable la investigación con respecto a los procedimientos por parte de los subordinados para el buen manejo y ejecución de los insumos.

Tabla 3 - Evolución de la Planeación Estratégica

Eficiencia es	Eficacia es	Efectividad es
Hacer las cosas con certeza	Hacer las cosas pertinentes	Poder sostenerse dentro del entorno
Resolver problemas	Producir alternativas creativas	Presentar resultados globales positivos a largo plazo.
Cuidar los recursos que se aplican	Maximizar el aprovechamiento de los recursos	Coordinar esfuerzos y energías de forma sistemática.
Cumplir con las obligaciones.	Obtener resultados	
Reducir costos	Aumentar las utilidades (Martinez, 2002)	

24.2 METODOLOGÍA

Para el presente artículo se aplicaron los siguientes tipos de investigación: de orden **descriptivo – exploratorio y correlacional** – con hipótesis considerando también aspectos cuali- cuantitativos. La investigación descriptiva permitió trabajar sobre las realidades de hecho, datos recabados y especialmente de los resultados obtenidos en la aplicación de diferentes técnicas e instrumentos de investigación aplicados como la ficha de observación, encuesta y entrevista, permitiendo una interpretación adecuada y veraz acerca de los datos obtenidos del tema de estudio en cuanto a la aplicación del plan estratégico para la mejora continua del GAD municipal del Cantón la Libertad.

Se realizó una investigación exploratoria la misma que se logró identificar las causas y efectos cuyo estudio permite conocer la situación de la empresa analizando sus características internas y externas lo cual se obtiene información más completa sobre un contexto situacional además se obtuvo también detalles de los factores y elementos dentro de los cuales se desenvolvía el problema detectado.

También se realizó la investigación correlacional la misma que permitió conocer la estrecha relación que existen en las variables existente en la investigación. En este contexto el tipo de investigación cualitativa nos permitió analizar los diversos criterios, comentarios de las personas entrevistadas en este caso a las personas que trabajan en las áreas administrativas del Gad Municipal, las apreciaciones de los encuestados enfocados a los trabajadores y ciudadanía en general, además de la utilización de la normativa legal.

De este modo también la investigación cuantitativa porque el problema requiere de un análisis externo y objetivo además obtener información a través de la utilización de cifras estadísticas del tema planteado para aquello después, analizar, interpretar, y descifrar los datos recolectados en el proceso de investigación. Para efecto de aquello se va a obtener una visión más clara de la realidad.

24.2.1 TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Para la obtención y diseño del diagnóstico que permita la línea de investigación a la problemática planteada relacionado con el plan estratégico para la mejora continua del gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón la libertad en la provincia de santa Elena por lo tanto se requiere de la aplicación de técnicas e instrumentos específicos para la recopilación y levantamiento de información, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 4

	Descripción	
n=	Tamaño de muestra	?
N=	Población	190354

Z=	Nivel de confiabilidad	95% (1.96)
P=	Probabilidad de ocurrencia	0.50
Q=	Probabilidad de no ocurrencia	0.50
E=	Error máximo	5% (0.05)

Levantamiento de información

Encuesta

Posee las características de un cuestionario por las series de interrogantes. En su elaboración para el presente artículo se consideran también, como población de estudio a 270 conformado por el personal administrativo y 124 personal operativo, cuya suma es de 394.

Entrevista

Es un documento donde existe una serie de preguntas abiertas concernientes a la problemática con la finalidad de conocer criterios y percepciones acerca de lo investigado para esto la población para la entrevista está conformada por 17 entrevistas divididas: 1 al Alcalde y 16 directores departamentales en el municipio de la Libertad.

Población y muestra

La población total para esta investigación es 411, está constituida por Alcalde, Directores departamentales, personal administrativo y operativo, que laboran en el GADMCLL, cuya información representa datos estadísticos que comprueban los indicadores del problema.

Se procedió a realizar la siguiente fórmula empleada por Alan Webster denominada muestreo probabilístico aleatorio simple que consiste en la técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que, por lo tanto, están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra. (Ochoa, 2015).

Tamaño de la muestra

Para la determinación de la muestra se empleó un 95 % de nivel de confiabilidad y 5 % de margen de error. La fórmula empleada corresponde a una población finita.

$$\begin{aligned}
 &= \frac{Z^2 PQN}{E^2 (N-1) + Z^2 PQ} \\
 n &= \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50)(190354)}{(0.05)^2 (190354-1) + (1.96)^2 (0.50)(0.50)} \\
 n &= \frac{(3.8416)(0.25)(190354)}{(0.0025)190353 + (3.8416)(0.25)} \\
 n &= \frac{182815,98}{475,8825 + 0.9604} \\
 n &= \frac{182815,98}{476,8429} \\
 n &= 383
 \end{aligned}$$

Empleando la misma fórmula con el mismo procedimiento se determinó que para el **personal administrativo – operativo** se obtiene una muestra de **195**.

24.3 RESULTADOS

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Mejorará el desarrollo institucional la existencia de un plan estratégico en el GADMCLL? * ¿Considera que la mejora continua es un método que ayuda a las habilidades y destrezas de los colaboradores del GADMCLL?	12	17,4%	57	82,6%	69	100,0%

Elaboración autores

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27,000 ^a	16	,041
Razón de verosimilitud	24,135	16	,087
Asociación lineal por lineal	7,077	1	,008
N de casos válidos	12		

a. 25 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08.

Elaboración autores

Medidas simétricas					
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	1,500			,041
	V de Cramer	,750			,041
	Coefficiente de contingencia	,832			,041
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,802	,144	4,247	,002 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,770	,179	3,821	,003 ^c
N de casos válidos		12			
a. No se presupone la hipótesis nula.					
b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.					
c. Se basa en aproximación normal.					

Elaboración autores

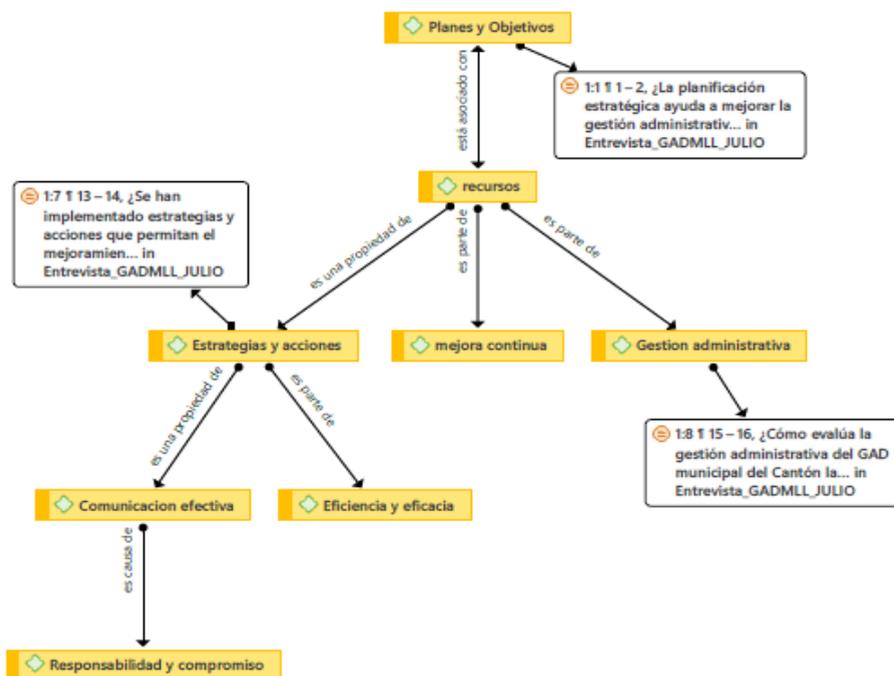
Con la prueba del Chi-cuadrado, se puede comprobar que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa puesto que, la significancia asintótica bilateral se tiene una frecuencia esperada inferior a 5, con 16 grados de libertad (gl) y un valor de 27,000, lo que significa que, el plan estratégico permitirá la mejora continua de los colaboradores en el GADMCLL por ende sí existe relación evidente entre las dos variables independiente y dependiente del objeto de estudio.

24.3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE ENTREVISTA A DIRECTORES DEPARTAMENTALES DEL GADMCLL.

Se procedió a ingresar las preguntas en la aplicación Atlas Ti para su mayor explicación mediante una red semántica que conllevó a una coordinación entre las partes involucradas para así tener una visión más clara y real de la planificación estratégica y mejora continua del personal administrativo y operativo de tal manera demostrar que los planes y objetivos son la base para la consecución de las metas propuestas del GADMCLL ya que dirigen las actividades de los diferentes departamentos esto se asocia con los recursos que son necesarios para cubrir las necesidades que garantizan su bienestar o desarrollo de la misma.

Es por ello que es importante las estrategias ya que es el conjunto de acciones determinadas para la consecución de los objetivos específicos que dan lugar a una mejora continua de manera que representa como la práctica de la gestión administrativa encargada de ajustar las actividades que desarrolla el municipio para proporcionarles una mayor eficacia y/o eficiencia en los procesos.

Figura 3 - Red Semántica del Planificación Estratégica Municipio



Elaboración autores

Al fin a cabo las empresas públicas son cada vez más dinámico y los que no se reinventen o mejoren constantemente se quedarán atrás, por lo consiguiente es de vital valor la comunicación efectiva entre los colaboradores al momento de compartir una idea, pensamiento, conocimiento e información de la manera más comprensible entre ellos de tal forma llegar a lo que se pretende lograr, así evitar confusiones y conflictos en las actividades de estrecha relación y cooperación todo lo antes mencionado se debe llevar con el compromiso y responsabilidad absoluta para una buena toma de decisión y que esto repercute de manera positiva a las empresas.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada, se pone en consideración las siguientes conclusiones:

Los Directivos, Personal Administrativo – Operativo no conocen la palabra Kaizen y la importancia que radica la utilización de esta palabra para generar cambios en pasos agigantados y que de esta manera la empresa tenga productividad en sus procesos y más aún en el área que se desenvuelve.

Con las técnicas de investigación utilizadas en el trabajo se determinaron varias debilidades relacionadas con la parte de planificación de procesos, debido a la no actualización de un plan estratégico ya que esto influye directamente en la mejora continua del GADMCLL y del personal.

Se consultó que varios autores especializados en las ramas de Administración, orienta a los Directivos a utilizar un modelo completo de un plan estratégico, que a través de estrategias les permite la orientación de sus objetivos.

Se elaboró el plan estratégico como propuesta de investigación en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón la Libertad con la finalidad de establecer y diseñar estrategias para mejorar los procesos internos y externos de la institución.

“STRATEGIC PLAN FOR THE CONTINUOUS IMPROVEMENT OF THE GADMCLL IN THE PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2022”

The main objective of this research is to diagnose the strategic plan for the continuous improvement of the collaborators of GADMCLL in the province of Santa Elena. - This study was developed with a type of descriptive and exploratory research that allowed to observe the realities of fact, data collected, especially of the results obtained with the application of research instruments, as well as to make an analysis of the existing relationship of the variables. From the qualitative perspective it allowed us to analyze the various criteria in the object of study, obtained in the interview with the Mayor and Departmental Directors, with that information to give a conclusion and recommendation, on the other hand quantitative research because the problem requires an external analysis and objective also obtain information through the use of statistical figures of the subject raised, and surveys applied to administrative – operational and staff. Among the results obtained it was possible to detect that the institution does not have an updated strategic plan and they do not know the word Kaizen that allows to develop and implement plans to achieve purposes or objectives since in this way it is possible to have a clear vision and mission that points to the increase Productivity in the staff of GADMCLL.

Key words: Strategic plan, continuous improvement, processes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castellanos, M. A. (2014). *Calidad y Productividad* (Cuarta ed.). (P. E. Vazquez, Ed.) Mexico, Mexico: McGraw.Hill/INTERAMERICANA EDITORES, SA.DE C.V. Recuperado el 31 de Julio de 2018
- CEPAL. (2019). La Agenda 2030 y los Objetivos Una oportunidad para América Latina y el Caribe. *CEPAL: Por un Desarrollo Sostenible*.

- David, F. R. (2013). *Administración Estratégica* (Decimocuarta ed.). (B. G. Hernandez, Ed.) Mexico: Pearson Educación. Recuperado el 10 de 9 de 2018
- Fuentes, M. d. (2016). *FUNDAMENTOS DE DIRECCION Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS* (Tercera ed.). España: PIRAMIDES S.A.
- Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social. (2013). *Planificación estratégica territorial y plíticas públicas para el desarrollo local. Serie Gestión Pública.*
- Leal, D., Bolívar, M., & Castillo, C. (s.f.). La planificación estratégica como proceso de integración de un equipo de salud. *Enfermería Global*, 28.
- Maleka, S. (2014). Strategic management and strategic planning process. *Sudáfrica: South African Perspective.*
- Martinez, J. M. (2002). *Innovacion y mejora continua segun el Modelo EFQM de excelencia.* (2. Edicion, Ed.) Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A. Recuperado el 16 de 11 de 2017, de https://books.google.com.ec/books?id=Y40klEWb-NwEC&printsec=frontcover&dq=Mejora+Continua&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZ_5mO98HXAhVI8CYKHQ7sCfwQ6AEIKjAB#v=onepage&q=Mejora%20Continua&f=false
- Monchón, F., & Mochón, M. C. (2014). *Administración. Enfoque por competencias con casos Latinoamericanos* (Primera ed.). México: Alfaomega Grupo Editor. Obtenido de <http://www.alfaomega.com.mx>
- Ochoa, C. (8 de Abril de 2015). *Google-Netquest.* Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-aleatorio-simple>

CAPÍTULO 25

REVISIÓN SISTEMÁTICA DEL CRECIMIENTO DEL E-COMMERCE EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES) DEL ECUADOR

Wendy I. Armijos De La Cruz¹
B. Alfredo Armijos De La Cruz²
José Palacios Meléndez³
Jacqueline Bacilio Bejeguen⁴

RESUMEN

El crecimiento del e-commerce en el Ecuador ha sido en los últimos años a una tasa exponencial, en el que las micro pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) han tenido un aporte importante como un medio de supervivencia frente a los eventos de un contexto de cambios constantes, nuevas reglas de mercado y consumidores cada vez más exigentes con este segmento empresarial. Este artículo busca desarrollar una revi-

1 orcid.org/0000-0001-5518-8387, wendyarmijos@ipbf.edu.ec

2 orcid.org/0000-0003-4442-2697, alarmijo@espol.edu.ec

3 orcid.org/0000-0002-4738-464, jpalaciosm@upse.edu.ec

4 orcid.org/0000-0002-7071

sión sistemática sobre los principales modelos de negocio digital, bienes de venta en línea, participantes en transacciones y plataformas digitales que han adoptado las MIPYMES en el país para lograr ventajas competitivas mediante el comercio electrónico.

palabras-clave: MIPYMES, e-commerce, comercio electrónico, negocio digital, crecimiento.

Espacio reservado para la organización del congreso.

25.1 INTRODUCCIÓN

No cabe duda de que las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) desempeñan un rol relevante en la economía mundial, particularmente en los países en vías de desarrollo. Acorde al Banco Mundial (WBG, 2022), estas firmas representan cerca del 90% de las empresas globales, siendo la fuente generadora de alrededor del 50% del empleo de todo el mundo. En el caso de las MIPYMES formales, estas contribuyen con aproximadamente el 40% del producto interno bruto (PIB) en economías emergentes, cifra que puede incrementarse de incluirse la contribución de las MIPYMES informales. No obstante, pese a su importancia en el rol dinámico de progreso y desempeño de una nación, estos negocios enfrentan importantes desafíos que trascienden los tradicionales problemas asociados a falta de acceso a crédito formal, baja madurez tecnológica, competidores en sus mercados, entre otros factores de estudio, y que ponen en riesgo su sustentabilidad y resiliencia institucional.

Los últimos acontecimientos suscitados a nivel mundial, tales como la crisis ocasionada por el COVID-19, los conflictos armados y flujos migratorios, así como las crisis en las cadenas de suministros globales, han motivado a los negocios, indistinto de su número de trabajadores y volumen de ventas, a buscar ser más confiables, veloces, ágiles, eficientes en sus estructuras de costos y en la gestión de sus activos. En el caso de las MIPYMES, formales e informales, esta realidad no ha sido indiferente, y su resistencia en no abandonar su mercado, pese a las restricciones establecidas por sus respectivas entidades de control, las llevaron a considerar algunas alternativas de subsistencia, entre ellas, el navegar por el comercio en internet (e-commerce) como su único canal para la comercialización y distribución de sus productos y servicios.

En nuestra región, según lo reportado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), las estadísticas son alarmantes. Se estima que, durante la etapa más álgida de la pandemia, cerca de 105,000 empresas de esta naturaleza pudieron haber cerrado sus operaciones, producto de su especialización en el sector del comercio tradicional, estadística que se encrudece más si se agregan los 2,7 millones negocios que recaen en el sector de microempresas. No obstante, es importante resaltar que este impacto es menor en aquellas pymes que han considerado al e-commerce no como una variable, sino como una constante clave en su estrategia de no quedarse rezagadas de forma tecnológica y productiva frente a sus principales competidores, que han sabido aprovechar la digitalización de las transacciones y los vigentes parámetros de consumo.

Según una encuesta realizada entre septiembre y noviembre de 2020, aproximadamente el 90% de los consumidores de todo el mundo afirmó haber comprado online durante el año referido. Por regiones, Sudamérica y Asia fueron las que registraron una mayor penetración de este tipo de compras, si bien es cierto que la proporción de personas que adquirieron productos en la red se mantuvo por encima del 75% en todos los continentes. (Statista, 2022). En base al aporte investigativo de Susanto et al. (2021), concluye que las redes sociales en tiempos de COVID-19, tomaron gran importancia para la creación de nuevos emprendimientos, con esto se abrieron paso al mercado global y los emprendedores no tuvieron que desembolsar mucho dinero con respecto a este gasto. Para Diallo (2020), el uso de las redes sociales ha fortalecido a los negocios informales que por supuesto deberán adaptarse a las leyes económicas del gobierno. También considera que las autoridades deben regularizar el uso de estas redes, debido a la gran cantidad de actividades comerciales que se ejecutan.

En Ecuador, estas realidades no son la excepción. (Blacksip, 2021) en su informe reporta que, durante el 2020, los ingresos por comercio electrónico en el país alcanzaron los \$2,300 millones, siendo las principales categorías de productos adquiridos por e-commerce los alimentos y bebidas no alcohólicas, la salud y medicinas, y el restaurante o comidas preparadas, que engloban cerca del 25% del total de motivos de compra en línea por parte de los consumidores ecuatorianos. Algo importante de este reporte es que un 32% de los consumidores manifestó que, pese a que culmine la pandemia por COVID-19, seguirá comprando por internet y un 11% incrementará sus compras en línea. Desde la perspectiva de las empresas, durante el 2020 se pudo observar en este estudio que un 40% decidió contar con presencia en comercio electrónico y un 18% aceleró la decisión de considerar a las ventas en línea como una prioridad estratégica y un eslabón clave en su cadena de valor.

Teniendo en consideración el presente contexto, el desarrollo de este artículo tiene como objetivo analizar, mediante una revisión sistemática, el crecimiento del e-commerce en el sector de las MIPYMES en el Ecuador, en aras de identificar los modelos de negocio, segmentos de mercado, plataformas digitales y sus principales casos de uso que les han permitido adaptarse en un entorno volátil, incierto, complejo y ambiguo que ofrece el existente ecosistema de negocios, convirtiendo a esta actividad económica en una interesante oportunidad digital para incrementar sus ganancias, mitigando el riesgo de exclusión o desaparición frente a la dinámica de sus principales competidores y la inminente sinergia de sus proveedores, intermediarios y consumidores finales, protagonistas de la cuarta revolución industrial en vigencia.

25.2 MARCO TEÓRICO

Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)

Tabla 1 Clasificación de empresas según su tamaño en Ecuador

Tipo de empresa	Criterio de clasificación		
	No. de colaboradores	Valor bruto en ventas	No. de activos
Microempresas: Este tipo de negocios son los más pequeños en la clasificación por tamaño y generalmente son negocios o emprendimientos familiares.	De 1 a 9 personas	Igual o menor a \$100,000.00	Hasta \$100,000.00
Pequeñas empresas: Este tipo de negocios son creadas para ser rentables, cuyo objetivo es dedicarse a la producción, y/o prestación de productos o servicios para satisfacer necesidades en la sociedad.	De 10 a 49 personas	De \$100,001.00 a \$1,000,000.00	De \$100,001.00 hasta \$750,000.00
Medianas empresas: Este tipo de negocios opera de manera nacional y apuestan por la innovación. Es poco común que su actividad se desarrolle a nivel industrial	De 50 a 199 personas	De \$1,000,001.00 a \$5,000,000.00	De \$750,000.01 hasta \$3,999,000.00
Grandes empresas: Este tipo de negocios se refiere a corporaciones o negocios que tienen un gran poder comercial en el mercado y muchas veces operan a nivel internacional.	Más de 200 personas	Más de \$5,000,000.00	Más de \$4,000,000.00

Elaborado por: Los autores

Basado en los aportes bibliográficos de Valencia (2010) y Fillion et al. (2011), las PYMES son un tipo de forma o categoría empresarial en la economía, que operan a nivel nacional, y que suelen contar con un bajo número de trabajadores y de un volumen de negocios, transacciones o ganancias moderadas, en contraste con otras grandes compañías industriales o mercantiles. Representan a organizaciones con fines de lucro (que buscan generar beneficios), con un volumen de operaciones a baja escala. En el transcurso de los tiempos, las microempresas también se han sumado a este segmento empresarial como parte de su análisis, extendiendo su acrónimo a MIPY-MES.

En el Ecuador, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) es la entidad de control encargada de regular su actividad económica mediante el Registro Único de MIPYMES (RUM), documento válido para efectuar trámites en otras instituciones del Estado y acceder a los beneficios que ofrece la entidad, en cuanto al crecimiento sostenible de este tipo de negocios. En estricto rigor, en

lo que concierne a sus criterios de calificación, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros se acoge a la definición de la Comunidad Andina de Naciones (CAN, 2009) para organizar a los negocios por dimensión. Según este criterio, se dividen a las empresas en nuestro país, tal como se lo detalla en la tabla anterior.

25.2.1 E-COMMERCE

Desde la perspectiva de Laudon y Guercio (2022), el comercio electrónico, conocido como e-commerce, o comercio en línea comprende el uso de internet, la web y aplicaciones de software para hacer negocios, que lo que permite gestionar las transacciones comerciales digitales que acontecen entre organizaciones, entre individuos y entre organizaciones e individuos. Su ubicuidad, alcance global, riqueza, interactividad, tecnología social, densidad de la información, personalización y adecuación, así como el uso de estándares universales, hacen de esta actividad comercial distinta y más poderosa que cualquier otra actividad económica observada en siglos anteriores, acompañada del uso de la tecnología, que cada vez crece de forma exponencial.

El comercio electrónico no sólo se supedita a generar presencia en el internet mediante una página web. Existen múltiples perspectivas de analizar los tipos de comercio electrónico según el modelo de negocio, el tipo de bien disponible para la venta, por participantes en transacciones digitales, y por las plataformas digitales en las que puede operar, elementos que se resumen a continuación:

1) Modelo de negocio: En esta categoría, explica el conjunto de actividades planeadas y diseñadas para obtener una utilidad en un mercado. Los tipos, sin concluir a los que se ilustran a continuación como una lista exhaustiva, son:

a. Envío directo o *dropshipping*: Permite configurar una tienda en línea y tomar el dinero de los clientes a través de tarjetas de crédito. El resto, depende del proveedor del bien y/o servicio.

b. Etiquetado privado o *private label*: Permite vender en línea un producto o servicio bajo una marca propia que es producido o subcontratado a través de un tercero.

c. Etiquetado blanco o *white label*: Permite vender en línea un producto o servicio, eliminando la marca de quien lo produce o genera.

d. Suscripción o *membresía*: Permite vender en línea un producto o servicio de manera recurrente a una cartera de clientes, a cambio del pago de cuotas

e. Afiliación o *comisión*: Consiste en exhortar a los consumidores a que compren productos y/o servicios en línea de terceros, a cambio de una comisión o bonificación por la venta.

2) Bien disponible para venta: En esta categoría, comprende el estudio del tipo de bien que se produce, transforma y/o distribuye mediante la web. Los tipos, sin resumir a los que se presentan a continuación como una lista exhaustiva, son:

- a. Productos físicos: Objeto producido o fabricado para el consumo o utilidad de individuos
- b. Productos digitales: Bienes cuyo formato es digital que puede ser distribuido por internet.
- c. Servicios: Prestación que satisface una necesidad, sin la producción de bienes materiales.

3) Participantes en transacciones: En esta categoría, aborda el estudio de la relación mercantil que existe entre los involucrados, es decir, entre quien compra y quien vende el producto o servicio físico y/o digital. Los tipos, sin definir a los que se detallan a continuación como una lista exhaustiva, son:

- a. De negocio a consumidor (B2C): Negocios en línea que venden a consumidores individuales.
- b. De negocio a negocio (B2B): Negocios en línea que venden a otros negocios.
- c. De consumidor a consumidor (C2C): Consumidores que venden a otros consumidores

4) Plataformas digitales: En esta categoría, analiza el tipo de infraestructura y software especializado para la creación de una tienda en línea. Los tipos, sin sintetizar a los que se mencionan a continuación como una lista exhaustiva son:

- a. Sitios de venta o subastas online: Sitio web en el que sólo se necesita registrar los datos de la tienda en línea para agregar los productos y/o servicios con imágenes y descripciones.
- b. Sitios de alojamiento web (hosting): Sitio web en el que un proveedor ofrece una cuota de espacio dentro de sus servidores donde se puede construir un sitio o tienda online desde cero.
- c. Plataformas de código abierto: Software en línea que ofrece funcionalidades básicas para un negocio electrónico, y que puede trabajarse en línea o instalarse en servidores propios.
- d. Plataformas preconfiguradas: Software en línea que está orientado hacia empresas que inician su negocio en línea y que no tienen conocimientos técnicos para su desarrollo y administración.
- e. Redes sociales: Sitio web que comprende el intercambio de bienes y/o servicios mediante el uso de redes sociales y entre relaciones sociales en línea.

25.3 METODOLOGÍA

El presente artículo de divulgación científica tiene un alcance de investigación de carácter descriptivo, cuyo diseño de investigación es de tipo cualitativo. Como parte de la revisión sistemática que fundamenta a este trabajo, es necesario estructurar los siguientes elementos, que han sido tomados como referencia, acorde a la propuesta de Santos-Olmo et al. (2012):

1) Formulación de pregunta: En esta sección se establece la pregunta de investigación de forma que se focalice el área de interés de investigación y queden definidos tanto el problema a abordar, como sus principales características. Por lo tanto, la interrogante de investigación es la que siguiente:

¿Qué trabajos se han llevado a cabo para analizar el crecimiento del e-commerce en el Ecuador?

2) Especificación de fuentes: En esta sección se seleccionan las fuentes que se emplearán para realizar la búsqueda de los artículos o trabajos, incluyendo motores de búsqueda que permitan consultas por palabras clave. La lista de fuentes obtenida sobre la que se ejecutará la revisión sistemática es:

ScienceDirect,
Google Scholar,
SCOPUS,
Redalyc,
SciELO e
IEEE Digital Library

3) Selección de artículos: En esta sección se describe el proceso y el criterio que se seguirá en la revisión sistemática para la búsqueda de los trabajos o artículos. En esta instancia, se combinaron las palabras clave con conectores AND y OR para obtener la cadena de búsqueda, como se detalla a continuación:

comercio electrónico OR e-commerce
AND micro, pequeña y mediana empresa OR mipyme
AND Ecuador

4) Alcance de búsqueda: En esta sección se delimita la búsqueda de trabajos o artículos publicados. Para esta etapa, se incluyen aquellos trabajos o artículos que cumplen con la metaestructura definida en el paso anterior y se excluyen aquellos que tienen una antigüedad de publicación de más de 10 años.

25.4 RESULTADOS DE REVISIÓN

Al haber ejecutado la revisión sistemática, acorde a la metodología de investigación propuesta por el autor, se ofrece a continuación una breve reseña de cada uno de los estudios seleccionados, en función de la información extraída, que incluye la identificación de modelos de negocio digitales, bienes disponibles para la venta en línea, participantes en transacciones y plataformas digitales de e-commerce:

1) Silva, J. L. R., et al. (2014). *Comercio electrónico: Un enfoque desde las perspectivas de MIPYMES en la generación de estrategias para potenciar el desarrollo empresarial en la ciudad de Milagro.*

Los autores analizan mediante un análisis descriptivo las actividades comerciales de 245 mipymes de la ciudad de Milagro y su potencial deseo de implementar e-commerce en sus negocios, analizando el nivel de conocimiento sobre comercio electróni-

co, el uso de herramientas TICs, así como la viabilidad de expandir el negocio a través de Internet. Variables como plataformas digitales y participantes en las transacciones son consideradas como parte de la discusión del artículo.

2) Ramos, B. et al. (2015). Modeling and policy design for promoting e-commerce in Ecuador

Los autores construyen un modelo dinámico de sistema para el desarrollo de e-commerce aplicado para mipymes en el país, el cual permite evaluar diversas políticas de comercio electrónico. En el artículo se concluye que la implementación masiva de dinero electrónico con el despliegue de transacciones en línea permite al sistema un mejor desempeño en variables como flujo de caja, clientes y ventas en un mipyme. Variables como plataformas digitales son incluidas como parte de la investigación.

3) Moreno, G.L. et al. (2017). E-commerce analysis as a technological tools for the development of PYMES in Ecuador.

Los autores proporcionan un análisis descriptivo de la presencial digital que tienen un conjunto de empresas en el Ecuador pertenecientes a una muestra de 100 micro, 50 pequeñas y 50 medianas empresas. En el reporte se evidencia un análisis de las herramientas tecnológicas más utilizadas como redes sociales, big data, computación en la nube y plataformas de e-commerce en sus transacciones por internet.

4) Mieles, J.L. et al. (2018). E-commerce: A fundamental factor for business development in Ecuador.

Los autores detallan estadísticas descriptivas con relación a los beneficios que obtienen los usuarios del comercio electrónico en el Ecuador, abordando un análisis de la distribución demográfica en las principales ciudades del país como Guayaquil, Quito y Cuenca. En la investigación se incorpora un estudio del tipo de bienes y servicios digitales más consumidos, plataformas digitales y formas de pago de los consumidores.

5) Carrión, J.T. (2020). El impacto del e-commerce en las pequeñas y medianas empresas de la provincia de El Oro.

El autor analiza los comportamientos de consumo electrónico en la provincia de El Oro en Ecuador, junto a un análisis de las principales entidades de control que promueven el uso de herramientas y medios digitales en más de 100 pymes orenses. Su trabajo incorpora el análisis de plataformas de pago, tipos de bienes y servicios de mayor transaccionalidad digital, y modelos de negocio de alta incidencia en la zona en análisis.

6) Iñiguez, L., et al. (2020). Estudio de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva: E-Commerce

Los autores en esta investigación revelan el estado del arte del ecosistema nacional de e-commerce en el Ecuador. Temáticas enfocadas a modelos de negocio, participantes en transacciones y plataformas digitales son analizadas. Aporta con un análisis académico de las distintas publicaciones realizadas por las instituciones de educación superior del país. Exhorta a impulsar nuevas líneas de investigación que vayan más allá del estudio exploratorio de implementación de e-commerce en el país.

7) Margalina, V.M., et al. (2020). Why the Latin American Footwear Industry Still Lags Behind in E-Commerce Adoption: The Case of Ecuador

Los autores buscan analizar la adopción de aplicaciones de e-commerce en la industria de calzado en Tungurahua y los factores que influyen en su implementación. En 247 mipymes de producción de calzado, se evaluaron los tipos de transacciones en línea realizadas, nivel educativo de propietarios y nivel alfabetización digital en compras y ventas. Se concluye que aquellos negocios con un mejor nivel de educación y conocimiento de tecnologías tienen mayor probabilidad de adopción de e-commerce.

8) Rodriguez, K. et al. (2020). El E-commerce y las Mipymes en tiempos de COVID-19

Los autores describen las oportunidades como ventajas competitivas que pueden lograr las Mipymes mediante el uso del comercio electrónico, describiendo su hipercrecimiento en el país durante toda la pandemia. En el artículo de tipo documental, se relata cómo las mipymes tuvieron un incremento en sus ingresos a causa de las ventas en línea, identificando participantes en transacciones digitales, plataformas más utilizadas y modelos de negocio como casos de estudio.

9) Acosta Espinoza, J L, et al. (2021). E-Commerce: Alternativa para la reactivación económica para emprendedores de la ciudad de Ibarra.

El estudio se realizó en la ciudad de Ibarra con el fin de fomentar el uso de canales electrónicos, a través de aplicaciones web y apps móviles. El trabajo fue desarrollado con un grupo de 100 emprendedores, 50 negocios pequeños y 500 potenciales clientes; es decir, con una población de 650 personas. Los autores analizaron variables como tipos de bienes, plataformas digitales y participantes en transacciones digitales.

10) Castillo, A. et al. (2021). Análisis de la aceptación del e-commerce en Ecuador: Un estudio para la ciudad de Machala.

Los autores, mediante el modelo de aceptación tecnológica (TAM) investigan las razones por las cuales el e-commerce no ha tenido una aceptación completa en la ciudad de Machala. Adicionalmente, bajo un estudio correlacional, determinan que la facilidad de uso, seguridad, utilidad y confianza percibida son factores, en ese orden, claves que determinan el éxito o fracaso en un e-commerce. Como futura investigación, se dejan variables como la experiencia del usuario y reputación de la empresa en línea.

11) Chinchilima, N. B. (2021). La administración gerencial y su influencia al adoptar el comercio electrónico en las PYMES comerciales.

Los autores, mediante un enfoque cualitativo, no experimental y transeccional de tipo descriptivo, aplicaron un cuestionario bajo un muestreo por conveniencia a 78 empresas en la ciudad de Machala, analizando aspectos como tiempo de adopción del e-commerce, medios más utilizados en e-commerce, entre otros factores gerenciales como conocimiento y experiencia, compromiso con la organización, capacidad en la innovación, compatibilidad cultural con la tecnología y orientación estratégica.

12) Ibarra, G. et al. (2021). Panorama digital de las micro, pequeñas y medianas empresas de América Latina 2021

Los autores presentan un estudio de madurez digital de las mipymes de América Latina, dedicando un acápite sobre el marco digital nacional en Ecuador. En esta sección, relatan sobre el nivel de adopción de esquemas B2C, el número de mipymes registradas, empresas que adoptan plataformas digitales y un mapeo de las iniciativas y recursos digitales entorno al comercio electrónico en el país, junto a futuras oportunidades de investigación.

13) Mera, C.E. (2021). Desafíos del comercio electrónico para las PYMES ecuatorianas.

El autor realiza una investigación descriptiva documental, observando factores como sistemas de pago, plataformas digitales de comercio y operaciones logísticas. En el artículo se analizan temáticas tales como madurez del ecosistema digital, eficiencia de los medios de pagos digitales, junto a una reseña de las principales plataformas de comercio electrónico utilizadas en el Ecuador. Los hallazgos sugieren un mayor apoyo y participación de actores para facilitar políticas que promuevan el e-commerce.

14) Useche, M.C. et al. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia.

Los autores relatan los principales retos que enfrentan las mipymes en el país y las diversas iniciativas del gobierno ecuatoriano sobre el desarrollo de políticas públicas y financiamiento hacia este sector productivo, a fin de guiar a estas empresas en un uso estratégico de las tecnologías. En el estudio se revela que la consolidación del e-commerce en el país ha ido a un ritmo medianamente explorado a causa del COVID-19 y que se espera en el mediano plazo se incremente.

15) Zambrano, B. et al. (2021). El E-Commerce en las empresas ecuatorianas. Un análisis de los informes de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) en el marco de la pandemia COVID-19.

Los autores, en base a datos bibliográficos de personas como empresas derivados de los informes de la Cámara de Comercio Electrónico del Ecuador (CECE), describen cómo el comercio electrónico se ha fortalecido mediante el despliegue de tipos de e-commerce, publicidad y promoción, canales para la compra de productos y categorías de productos vendidos especialmente durante la pandemia. En este estudio se investigan modelos de negocio, participantes en transacciones y bienes para la venta.

16) Cedeño, I.V.Q. et al. (2022). Instagram y su incidencia en la comercialización de empresas registradas en directorios digitales en la ciudad de Portoviejo.

La investigación fue desarrollada mediante una encuesta on line a 42 negocios locales, logrando los autores analizar las incidencias del instagram como herramienta de comercialización y publicidad en la ciudad de Portoviejo. En este trabajo se abordan los modelos de negocio y los participantes en las transacciones digitales. Se evidencia que esta red social es la favorita de los negocios encuestados porque permite la interacción oportuna, marketing digital y la fidelización con sus clientes.

17) Espinoza, M P. y Armijos, V A. (2022). La transformación digital y su incidencia en el e-commerce en Ecuador.

Las autoras analizan el estado actual del e-commerce en el Ecuador, indicando una cifra de más de 780,000 hogares que compran en canales digitales, siendo un 4% de la canasta familiar adquirida por este medio. En el presente artículo se analizan los principales portales de e-commerce más visitados en el país, junto al perfil del consumidor digital, impulsado por las realidades del COVID-19. Bienes y servicios disponibles para la venta, y participantes en las transacciones digitales son analizados.

18) Jimenez, D.F y del Alcázar Ponce, J. P. (2022). Digital Transformation in Ecuador COVID-19 Pandemic as an accelerator to E-Commerce.

Los autores presentan un estudio descriptivo sobre las transacciones electrónicas realizadas durante la pandemia por COVID-19 en el 2020. En ella se presentan estadísticas asociadas a métodos de pago, categorías de productos, portales de comercio electrónico, páginas web y aplicaciones más utilizadas y montos de inversión en publicidad digital, métricas click-through rate, cost per click, global conversion rate, fuentes de tráfico, entre otras variables que avalan el potencial del país en temas de e-commerce.

19) Guevara R.F.M. et al. (2022). El E-Commerce en Ecuador y su desarrollo en las Pymes

Los autores abordan un marco de factores que intervienen en el e-commerce del Ecuador, mediante un diseño documental con alcance descriptivo y aporte de estudio de campo mixto, entrevistando a dueños de pymes. Variables como barreras para comprar en línea, comportamiento de compradores, frecuencia de compra y edades de los compradores son analizadas, junto a otras variables cualitativas como parte de la entrevista a ejecutivos. Sus resultados revelan oportunidades de crecimiento y mejora en el país.

20) Zambrano, V. et al. (2022). Comercio electrónico, marketing digital y tecnología 4.0 para el desarrollo sostenible del sector micro empresarial de Tungurahua.

Los autores, mediante un paradigma investigativo mixto, realizaron una encuesta a 204 microempresas de la ciudad de Ambato. En ella, se analizan variables como estrategias brick and click, incursión en ventas por internet, huella digital, readiness digital y estrategia de marketing digital. Se plantean varias conclusiones, entre ellas que existe una predisposición de los artesanos a incorporar la tecnología dentro de sus procesos comerciales. Tipos de bienes y servicios fueron abordados en la investigación.

21) Zhao, N. S. O et al. (2022). Análisis del uso de herramientas de comercio electrónico en las pymes comercializadoras del cantón Cañar.

Los autores analizan el uso de herramientas de comercio electrónico en pymes comercializadoras del cantón Cañar, mediante un tipo de investigación documental y de campo, junto a métodos descriptivos y analíticos. 167 pymes fueron encuestadas sobre qué tipo de herramientas para e-commerce utilizan, junto a qué métodos de

pago y herramientas logísticas emplean en sus operaciones digitales. Variables como tipo de plataforma digital, modelo de negocio y participantes en transacciones fueron analizadas.

En la Tabla 2 se puede ver una comparativa de las diferentes propuestas analizadas, contrastadas con los criterios que conciernen a los modelos, participantes, bienes y tecnologías de e-commerce en Ecuador. Se considera que cada uno de los aspectos ha sido muy analizado [Sí (3)], parcialmente analizado [P (2)] o poco analizado [No (1)] por el trabajo o artículo de investigación en estudio.

Tabla 2 Aspectos de Crecimiento de E-Commerce en PYMES del Ecuador

Estudios sobre el e-commerce en el Ecuador Modelo de negocio digital Bienes de venta en línea	Aspectos de crecimiento del comercio electrónico (e-commerce)			
	Participantes en las transacciones	Plataformas digitales		
Silva, J. L. R., et al. (2014).	No (1)	No (1)	P (2)	P (2)
Ramos, B. et al. (2015).	No (1)	No (1)	P (2)	No (1)
Moreno, G.L. et al. (2017)	No (1)	No (1)	Si (3)	Si (3)
Mieles, J.L. et al. (2018)	No (1)	Si (3)	Si (3)	P (2)
Carrión, J.T. et al. (2020)	Si (3)	Si (3)	Si (3)	P (2)
Iñiguez, L et al. (2020)	Si (3)	No (1)	Si (3)	Si (3)
Margalina, V.M., et al. (2020).	No (1)	Si (3)	Si (3)	Si (3)
Rodríguez, K. et al. (2020)	Si (3)	P (2)	Si (3)	Si (3)
Acosta Espinoza, J L, et al. (2021)	P (2)	Si (3)	Si (3)	Si (3)
Castillo, A. et al. (2021).	No (1)	No (1)	No (1)	No (1)
Chinchilima, N. B. (2021).	No (1)	No (1)	No (1)	Si (3)
Ibarra, G. et al. (2021)	P (2)	P (2)	P (2)	P (2)
Mera, C.E. (2021).	P (2)	P (2)	Si (3)	Si (3)

Useche, M.C. et al. (2021).	P (2)	P (2)	P (2)	P (2)
Zambrano, B. et al. (2021).	Si (3)	Si (3)	Si (3)	Si (3)
Cedeño, I.V.Q. et al. (2022).	Si (3)	P (2)	Si (3)	Si (3)
Espinoza, M P. y Armijos, V A. (2022)	P (2)	Si (3)	Si (3)	Si (3)
Jimenez, D.F et al. (2022)	Si (3)	Si (3)	Si (3)	Si (3)
Guevara R.F.M. et al. (2022)	P (2)	P (2)	Si (3)	P (2)
Zambrano, V. et al. (2022).	P (2)	Si (3)	No (1)	No (1)
Zhao, N. S. O et al. (2022).	P (2)	P (2)	Si (3)	Si (3)

Elaborado por: Los autores

25.5 ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO

Los datos obtenidos en la presente investigación han arrojado resultados relevantes para analizar y discutir, sobre la situación actual y la tendencia futura de las cantidades de publicaciones sobre el crecimiento del e-commerce en MIPYMES. De un total de 21 artículos científicos obtenidos durante la revisión sistemática del tema, se presentan las siguientes estadísticas:

1) **Documentos por año:** En la siguiente gráfica se puede evidenciar que la producción científica sobre el crecimiento del e-commerce en MIPYMES del Ecuador en años previos al inicio de la pandemia es relativamente baja. No obstante, se puede observar un crecimiento significativo en publicar artículos científicos sobre la temática a partir del 2020 en adelante.

Gráfica 1 Cantidad de Publicaciones por Año



Elaborado por: Los autores

2) **Pareto de publicaciones:** En el siguiente diagrama se puede observar que el durante el período 2021-2022 se realizaron aproximadamente el 80% de las publicaciones científicas sobre el crecimiento del e-commerce en. Desde la perspectiva de los autores, este resultado se encuentra estrechamente relacionado con las medidas establecidas por COVID-19 para la continuidad de las MIPYMES.

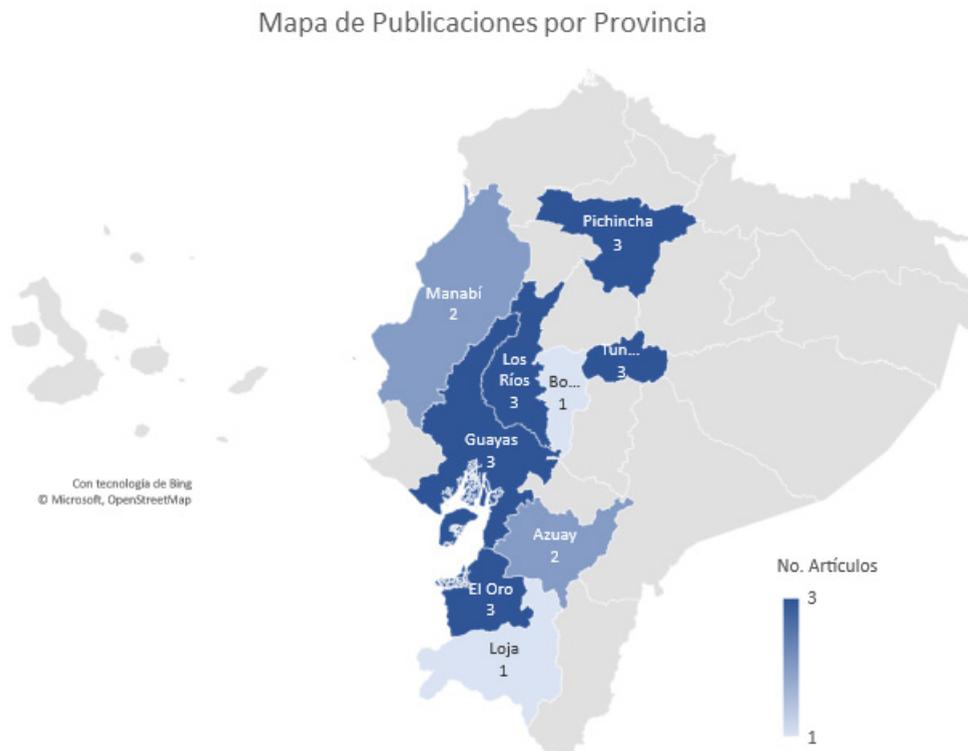
Gráfica 2 Pareto de Publicaciones por Año



Elaborado por: Los autores

3) Mapeo de publicaciones: A continuación, se visualiza un mapa en el que se evidencia las provincias cuyas instituciones de educación superior e investigación han realizado publicaciones sobre el tema en estudio. El Oro, Guayas, Pichincha, Tungurahua y Los Ríos son las provincias con mayor número de publicaciones, seguidas por Azuay, Manabí, Loja y Bolívar.

Gráfica 3 Mapa de Publicaciones por Provincia



Elaborado por: Los autores

4) Mosaico de keywords: En base a las palabras claves de los 21 artículos científicos identificados en la revisión sistemática, se puede observar que temas de alta ocurrencia como e-commerce, internet, mipymes, covid-19, marketing digital, covid-19 y tecnologías son las tendencias de investigación por parte de los autores de estas publicaciones realizadas durante el período 2014-2022.

como el producto de las escalas obtenidas en aristas tales como modelo de negocio digital, bienes y servicios de venta en línea, participantes en transacciones y plataformas digitales. El índice por publicación es ilustrado en la siguiente gráfica:

Gráfica 6 Publicaciones por Índice de Dimensiones E-Commerce (IDEC)



Elaborado por: Los autores

Al examinar el contenido de estas publicaciones, se puede inferir que el contenido científico de los artículos se enfoca en investigaciones exploratorias para la implementación de e-commerce en el ecosistema de las MIPYMES del Ecuador. No obstante, desde la perspectiva de los autores, resulta de gran importancia que la futura producción científica se pueda enfocar en soluciones para incrementar su adopción en el país.

CONCLUSIONES

Es innegable la adopción del e-commerce en las MIPYMES del Ecuador como parte de una estrategia de crecimiento y supervivencia, como respuesta a los riesgos derivados del panorama mundial actual. Se observa la gran participación de modelos de colaboración B2C en las MIPYMES, mediante el uso de redes sociales y páginas web como plataformas digitales en su gran mayoría.

Si bien se pudieron encontrar artículos enfocados al estudio de casos de aplicación de e-commerce en el país, su producción científica es aun relativamente baja en comparación a otros países de la región. Se espera que esta publicación motive a las instituciones de educación superior de las diversas provincias del Ecuador a explorar esta línea de investigación, para el beneficio de sus habitantes como de la comunidad científica.

En base a los resultados obtenidos, se espera que las producciones científicas sobre el tema seguirán en aumento, buscando que los investigadores analicen nuevos modelos y tecnologías para la adopción sostenible del e-commerce en las MIPYMES, ajustando a la realidad o situación del país, obteniendo así nuevos aprendizajes, resultados y conocimientos aún por explorar y aplicar.

Adicionalmente, los autores recomiendan como futura oportunidad de investigación, desarrollar un estudio sobre el crecimiento del e-commerce y su impacto en las MIPYMES de la provincia de Santa Elena. Este tipo de estudios pueden luego ser replicados en las diversas provincias en las que no se observa producción científica sobre la temática, a fin de promover políticas económicas internas que fomenten su aceptación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, J.L., León, A.R., y Checa, M.A. (2021). *E-Commerce: Alternativa para la reactivación económica para emprendedores de la ciudad de Ibarra*. Dilemas contemporáneos: educación, política y valores, 9(1), 00050. Recuperado el 03 de noviembre de 2021. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i1.2882>
- Blacksip. (2021). *Reporte de Industria: el E-commerce en Ecuador 2020*. Recuperado el 11 de junio de 2022 desde <https://content.blacksip.com/ebook-report-de-industria-el-ecommerce-en-ecuador-2020>
- Carrión, J.T. (2020). *El impacto del e-commerce en las pequeñas y medianas empresas de la provincia de El Oro*. Universidad y Sociedad Vol.12 No.2 Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos. Recuperado el 10 de junio de 2022 desde: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1547/1557>
- Castro, A. C., Valarezo, J. J., & Bonisoli, L. (2021). *Análisis de la aceptación del e-commerce en Ecuador: un estudio para la ciudad de Machala*. 593 Digital Publisher CEIT, 6(5), 144-154.
- CEPAL. (2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Cedeño, I. V. Q. (2022). *Instagram y su incidencia en la comercialización de empresas registradas en directorios digitales en la ciudad de Portoviejo*. <https://www.re-dalyc.org/journal/5885/588569800009/>
- Chinchilima, N. B., Bustamante, J., Sánchez, N. M., & Molina, A. P. (2021). *La administración gerencial y su influencia al adoptar el comercio electrónico en las PYMES comerciales*. 593 Digital Publisher CEIT, 6(5), 295-307.
- Diallo, M. M. (2020). *Comercio informal y redes sociales en Dakar. Itinerario de una adaptación inesperada* | Bitácora Urbano Territorial. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/80026>

- Espinoza, M. P., Armijos, V. A. (2022). *La transformación digital y su incidencia en el e-commerce en Ecuador*. In Memorias de la Décima Segunda Conferencia Iberoamericana de Complejidad, Informática y Cibernética, CICIC.
- Fernández-Diéz, M.C. (2020). *Los desafíos del comercio electrónico para las PYME*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los-desafios-del-comercio-electronico-para-las-PyME-Principales-claves-en-el-proceso-de-digitalizacion.pdf>
- Fillion, L. J., Martínez, L. C., & Mejía-Morelos, J. (2011). *Administración de PYMES: Emprender, dirigir y desarrollar empresas*. México: Pearson Education.
- Figueroa-Gonzalez, E.G. (2015). *Rentabilidad y uso de comercio electrónico en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercial*. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo. Recuperado a partir de: <http://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/177>
- Guevara, R. F. M., Estrella, D. A. S., Manosalvas, H. S. P., & Villate, M. Á. A. (2021). El E-Commerce en Ecuador y su desarrollo en las Pymes. *Academia y Gestión Universitaria para la Edificación del Conocimiento de Estudiantes Sentipensantes*, 43.
- Ibarra, G., Vullingsh, S., & Burgos, F. (2021). *Panorama Digital de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) de América Latina*. Santiago de Chile: GIA Consultores.
- Laudon, K., & Guercio, C. (2022). *E-commerce 2021-2022: Business, technology, society*. United States: Pearson Education.
- Jiménez, D. F. L., & del Alcázar Ponce, J. P. (2022). *Digital Transformation in Ecuador COVID-19 Pandemic as an accelerator to E-Commerce*. *Communication Papers*, 11(22), 83-94.
- Mera, C. (2021). *Desafíos del comercio electrónico para las PYMES ecuatorianas*. *Espíritu Emprendedor TES*, 5(4), 19-39.
- Mieles-Loor, J. L., Albán-Navarro, A. D., Lucca, J. B., & Gonzabay, D. E. (2018). *E-commerce: A fundamental factor for business development in Ecuador*. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 17.
- Moreno-Sotomayor, G.R., Morocho-Roman, R.F., Avila-Jaramillo, Y. V., Señalin-Morales, L. O. (2017). *E-Commerce Analysis as a Technological Tool for the Development of PYMES in Ecuador*. *International Journal of Applied Engineering Research*, 3188-3195.
- Rodríguez, K., Ortiz, O., Quiroz, A., & Parrales, M. (2020). *El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19*. *Revista espacios*, 41(42), 100-118.
- Sánchez Torres, J. A., & Juárez Acosta, F. (2017). *La adopción del comercio electrónico en las Pymes: una revisión de la literatura exploratoria*. *NOVUM*, (7), 78-94.

- Recuperado el 10 de junio de 2022 desde: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/69427>
- Silva, J. L. R., Luna, A. E. C., & Morales, M. G. V. (2014). *Comercio electrónico: Un enfoque desde las perspectivas de las PYMES en la generación de estrategias para potenciar el desarrollo económico y empresarial en la ciudad de Milagro*. ECA Sinergia, 5(1), 13-13.
- Statista. (2022, 25 febrero). *Porcentaje de compradores online a nivel mundial por región en 2020*. <https://es.statista.com/estadisticas/1241516/porcentaje-de-compradores-online-por-region/>
- Susanto, H., Fang Yie, L., Mohiddin, F., Rahman Setiawan, A. A., Haghi, P. K., & Setia-na, D. (2021). *Revealing social media phenomenon in time of COVID-19 pandemic for boosting start-up businesses through digital ecosystem*. Applied system innovation, 4(1), 6.
- Useche-Aguirre, M. C., Pereira-Burgos, M. J., & Barragán-Ramírez, C. A. (2021). *Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia*. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11(22), 271-286.
- Valencia, J. R. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México: CEN-GAGE Learning.
- Velasco, B. Z., Espinoza, E. B. C., & Guatumillo, M. A. M. (2021). *El E-Commerce en las empresas ecuatorianas: Un análisis de los informes de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) en el marco de la pandemia COVID-19*. Revista Publicando, 8(29), 13-20.
- Vílchez-Barrantes, L., Reyes-Pastor, G., Obando-Peralta, E., & Rodríguez-Balcázar, S. (2022). *El desarrollo de negocios electrónicos y su impacto social en pymes: una revisión de la literatura científica entre el 2011-2020*. Polo del Conocimiento, 7(5). doi: <http://dx.doi.org/10.23857/pc.v7i5.3947>
- WBG. (2022). *Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance*. The World Bank. Recuperado el 10 de junio de 2022 desde: <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
- Zambrano, V., Piedad, A., Taranto Haon, F. X., Váscquez Salazar, J. L., & Fernández Villacrés, G. E. *Comercio electrónico, marketing digital y tecnología 4.0 para el desarrollo sostenible del sector microempresarial de Tungurahua*. E-commerce, digital marketing and 4.0 technology for the sustainable development of the micro business sector in Tungurahua.
- Zhao, N. S. O., Muñoz, J. V. C., Zenteno, J. A. C., & Guallpa, A. J. V. (2022). *Análisis del uso de herramientas de comercio electrónico en las pymes comercializadoras del cantón Cañar*. Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación, 6(42), 409-420.



openaccess.blucher.com.br

Blucher Open Access