

UN NUEVO TIEMPO EN EL ESCENARIO DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y MARKETING.

Compiladores
Feiberth Guzmán
Mario Flórez



**UN NUEVO TIEMPO EN EL ESCENARIO DE LAS
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y
MARKETING**

**UN NUEVO TIEMPO EN EL ESCENARIO DE LAS
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y
MARKETING**

Compiladores

Feiberth Guzmán
Mario Flórez

La presente obra fue evaluada por pares académicos experimentados en el área.

Catalogación en la Fuente:

Un nuevo tiempo en el escenario de las ciencias administrativas, contables y marketing / Feiberth Guzmán, Mario Flórez (comp.). – Guayaquil: CIDE, 2021

229 p.: incluye tablas, cuadros, gráficos

ISBN:978-9942-844-36-1

1. Administración 2. Gestión

SCDD 350.4

Fecha de Publicación: Octubre, 2021

Guayaquil, Ecuador

ISBN: 978-9942-844-29-3

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquiera otro, sin la autorización previa por escrito al Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador (CIDE).

Edición con fines académicos no lucrativos.

Impreso y hecho en Ecuador.

Dirección Editorial: Lic. Pedro Naranjo Bajaña, Msc.

Coordinación Técnica: Lic. María José Delgado

Diseño Gráfico: Lic. Danissa Colmenares

Diagramación: Lic. Alba Gil

Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador

Cdla. Martina Mz. 1 V. 4 Guayaquil, Ecuador

Tel.: 00593 4 2037524

[http. :/www. cidecuador.org](http://www.cidecuador.org)



COMITÉ ACADÉMICO

Luis Vargas Espinoza (Perú)

Doctor en Administración, Universidad Privada de Tacna – Perú. (c) Doctor en Nuevas Tendencias en Administración y Dirección de Empresas, Universidad de Granada - España. Doctorado en Economía y Negocios Internacionales, Universidad Católica de Santa María, Arequipa - Perú. Magíster en Administración (ESAN), Lima – Perú. Maestría en Ingeniería Comercial y Negocios Internacionales, Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa – Perú. Licenciado en Administración de Empresas. Ingeniero Comercial. Docente de Pre y Post Grado de la Universidad Católica de Santa María. Docente de Post Grado de la Universidad Nacional de San Agustín. Docente de Pre y Post Grado de la Universidad Privada de Tacna. Expositor internacional en el área de Marketing y Negocios Internacionales. Ex Decano del Colegio de Licenciados en Administración, Arequipa – Perú.

Magda Francisca Cejas Martínez (Venezuela)

PhD en Economía y Empresa y PhD en Ciencias Sociales Mención Estudios del Trabajo. Autora de libros tales como: La formación estratégica de los Recursos Humanos. Formación por Competencias, Gestión de Recursos Humanos; un enfoque estratégico. Doctor en Ciencias Sociales. Universidad de Carabobo Año 2005 Mención Suma Cum Laude. Doctor en Economía y Organización Empresas. Universidad de Barcelona. España. Año. 2004 Mención Cum Laude. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas. Universidad de Barcelona y Ministerio de Educación y Ciencia. España. Año 2004. Lic. En Relaciones Industriales. Año. 1988- Universidad de Carabobo.

Imanol Belausteguigoitia Rius (México)

Imanol estudió Agronomía en el TEC (1979-1982), Maestría en Administración en el ITAM (1991- 1993), Doctorado en Administración de Organizaciones en la UNAM y estudios posdoctorales en Babson College en Boston (2000-2001). Desde el año 1997 se incorpora como profesor al ITAM y en 2000 funda ahí el CEDEF. Ha escrito numerosos artículos y participado en conferencias a nivel nacional e internacional. En 2004 publicó su libro Empresas Familiares: Su dinámica, equilibrio y consolidación. A partir del año 2003 ha participado en más de 100 proyectos de consultoría de empresas familiares de todo tipo, en Estados Unidos, Europa, Latinoamérica y México.

COMITÉ EDITORIAL

Jaime Tinto Arandes (España)

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de Barcelona (UB). España, Master en Nuevas Técnicas de Gestión Empresarial UB, España. Especialista en Técnicas de Muestreo de Avanzada. CIENES, Chile. Profesor Jubilado de la universidad de Los Andes –Venezuela, Economista ULA, Jefe de la Sección de Indicadores Socio-económicos IIES, FACES, Coordinador de la Cátedra de Incertidumbre en el ámbito económico y empresarial. FACES ULA, Coordinador de la Sección de Estudios de Postgrados Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales IIES (CEP-ULA).

María Luisa Saavedra García (México)

Contadora pública, especialista en Finanzas, maestra y doctora en Administración por la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la UNAM. Con 25 años de experiencia docente en la FCA es miembro del Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT. Es autora de 13 libros y más de 60 artículos científicos en revistas nacionales e internacionales especializadas en ciencias administrativas. Ha coordinado proyectos de investigación regionales, nacionales e internacionales y ha recibido numerosos reconocimientos por su labor docente y de investigación en las áreas económico administrativas. Ha participado como conferencista invitada en eventos académicos y de investigación en diversos países de Latinoamérica

Roger Dante Prado Lafuente (Bolivia)

Es docente apasionado con los temas de estrategia empresarial y metodología de la investigación, realizó una serie de emprendimientos culturales y promueve investigaciones del tema empresarial para uso de tecnología de información y centros de investigación en diferentes universidades del país. Es director ejecutivo de la Fundación Bolivia Digital y CEO de Sebaoth Producciones

AUTORES

Alisson Emilia Rodas Lois

Carlos Andrés Barrionuevo Marcillo

César Eduardo Rodríguez Revelo

Germán Aníbal Narváez Vásquez

Janet Bonilla Freira

Jorge Meza Clark

José Guzmán Bedor

Karen Roxana Sagñay Orellana

Lady Isabel Mendoza Macías

Laura Elizabeth Cavazos González

Lissette Michelle León Limones

Luis Roberto Asencio Cristóbal

Marcelo Eduardo Parra Fabara

Marco Antonio Posligua San Martín

Mayra Fernanda Quiñonez Bedón

Nicol Madeley Márquez Fajardo

Ruth Catalina Astudillo Astudillo

Sandra Carolina López Solís

Shakyra Pamela Pérez Rodríguez

Teresa Meza Clark

Walter Javier Caicedo Leones

CONTENIDO

Prólogo.....10

Capítulo 1

Un nuevo tiempo de gestión

Efecto social y económico de la pandemia SARS-COV-2 en el sur de la ciudad de Guayaquil..... 13

José Guzmán Bedor; Jorge Meza Clark; Germán Narváez Vásquez; Teresa Meza Clark

El turismo comunitario en Salinas de Guaranda desde el enfoque de género y su incidencia en la pandemia COVID-19.....32

Mayra Fernanda Quiñonez Bedón; Marcelo Eduardo Parra Fabara; Shakyra Pamela Pérez Rodríguez; Carlos Andrés Barrionuevo Marcillo

Capítulo 2

Gestión a través de las TIC's

Uso de herramientas tecnológicas (Tic's) como estrategias de fortalecimiento para las ventas. Caso de estudio: mercado de abastos Las Manuelas, Cantón Durán.....50

Janet Bonilla Freira; Sandra Carolina López Solís

Capítulo 3

Gestión agroalimentaria

Relación entre el crédito bancario como indicador del acceso a la seguridad alimentaria y las exportaciones frutícolas ecuatorianas.....75

Luis Roberto Asencio Cristóbal; Walter Javier Caicedo Leones; Lady Isabel Mendoza Macías; César Eduardo Rodríguez Revelo

Dicotomía industria quesera de Cuauhtémoc, Chihuahua-consumo.
Anclaje de su competitividad.....99

Laura Elizabeth Cavazos González

La agroindustria alimentaria y su relevancia en las exportaciones
ecuatorianas.....129

*Luis Roberto Asencio Cristóbal; Germán Aníbal Narváez Vásquez;
Lissette Michelle León Limones; Nicol Madeley Márquez Fajardo*

Las plataformas de concertación como determinante en la reactivación
de las exportaciones del sector agrícola ecuatoriano.....153

*Luis Roberto Asencio Cristóbal; Germán Aníbal Narváez Vásquez;
Alisson Emilia Rodas Lois; Karen Roxana Sagñay Orellana*

Capítulo 4 **Gestión fiscal**

Evolución del gasto tributario en el Ecuador: revisión de los años 2016
y 2017.....180

Marco Antonio Posligua San Martín; Ruth Catalina Astudillo Astudillo

PRÓLOGO

El Centro de Investigación y Desarrollo de Ecuador (CIDE) en coordinación con el Centro de Estudios Transdisciplinarios (CET) de Bolivia, presenta en esta oportunidad el libro resultado de investigación sobre nuevas propuestas de estudios en las ciencias administrativas, económicas y sociales a nivel nacional e internacional titulado *Un nuevo tiempo en el escenario e las ciencias administrativas, contables y marketing*.

Los trabajos incluidos en este libro ocupan diversas temáticas de interés académico donde refieren casos de estudios, experiencias investigativas y análisis de literatura científica que repercuten en el proceso de aprendizaje y directrices investigativas en diferentes sectores económicos pertinentes para Latinoamérica.

Queda expuesto entonces, resaltar en esta oportunidad los temas que se mencionan a continuación: *Efecto social y económico de la pandemia SARS-COV-2 en el sur de la ciudad de Guayaquil; El turismo comunitario en Salinas de Guaranda desde el enfoque de género y su incidencia en la pandemia COVID-19; Uso de herramientas tecnológicas (TIC's) como estrategias de fortalecimiento para las ventas. Caso de estudio: mercado de abastos Las Manuelas, Cantón Durán; Relación entre el crédito bancario como indicador del acceso a la seguridad alimentaria y las exportaciones frutícolas ecuatorianas; Dicotomía industria quesera de Cuauhtémoc, Chihuahua-consumo. Anclaje de su competitividad; La agroindustria alimentaria y su relevancia en las exportaciones ecuatorianas; Las plataformas de concertación como determinante en la reactivación de las exportaciones del sector agrícola ecuatoriano; Evolución del gasto tributario en el Ecuador: revisión de los años 2016 y 2017.*

Estos estudios son de gran aporte permitiendo así el desarrollo de futuras propuestas en el desarrollo económico y social, quedando abierta nuevas propuestas investigativas.

Lic. María J. Delgado

CAPÍTULO 1

Un nuevo tiempo de gestión



Efecto social y económico de la pandemia Sars-Cov-2 en el sur de la ciudad de Guayaquil

José Guzmán Bedor
jose.guzmanb@ug.edu.ec
Universidad de Guayaquil

Msg. Jorge Meza Clark
jorge.mezacl@ug.edu.ec
Universidad de Guayaquil

PhD. Germán Narvaez Vásquez
German.narvaezv@ug.edu.ec
Universidad de Guayaquil

Msg. Teresa Meza Clark
teresa.mezacl@ug.edu.ec
Universidad de Guayaquil

Resumen

El presente trabajo de investigación es parte del proyecto FCI de la Universidad de Guayaquil denominado *Vigilancia del SARS-COV-2 en plantas de tratamiento de aguas residuales y principales cuerpos hídricos de Guayaquil*. El objetivo de la investigación fue determinar los efectos sociales y económicos de la pandemia SARS-CoV-2 en la población del sur de la ciudad de Guayaquil. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con alcance exploratoria y descriptiva, el diseño de la investigación fue no experimental-transversal, la técnica de recolección de datos fue el cuestionario; el levantamiento de datos se realizó por muestreo no probabilístico por conveniencia. Para el procesamiento de información se usó el SPSS. Los resultados de la investigación arrojaron que existió afectación en el aspecto social por no observar las medidas de bioseguridad, entre tanto, en el aspecto económico la pandemia tuvo un impacto muy significativo.

Palabras Clave: pandemia, SARS-COV-2, económico, social, salud

Abstract

This research work is part of the FCI project of the University of Guayaquil called *Surveillance of SARS-COV-2 in wastewater treatment*

plants and main water bodies of Guayaquil. The objective of the research was to determine the social and economic effects of the SARS-CoV-2 pandemic in the population of the south of the city of Guayaquil. The research had a quantitative approach, with an exploratory and descriptive scope, the research design was non-experimental-transversal, the data collection technique was the questionnaire, the data collection was carried out by non-probabilistic convenience sampling. SPSS was used for information processing. The results of the investigation showed that there was affectation in the social aspect, for not observing the biosafety measures, meanwhile, in the economic aspect, the pandemic had a very significant impact. Key

Key words: pandemic, SARS-COV-2, economic, social, health

Introducción

El COVID-19 es una enfermedad originada por el virus SARS-CoV-2 que ha azotado países y continentes, ocasionando un nivel inusitado de sufrimiento humano, agitación social y daño económico, pero, aunque la expansión de la crisis actual no tiene precedente alguno, el nuevo coronavirus es el nuevo sucesor de un linaje de enfermedades que han surgido en décadas recientes (Cevallos, et. al, 2020). El SARS-COV-2 es mucho más que una crisis de salud, ha puesto a prueba a cada uno de los países que toca la enfermedad, tiene el potencial de crear crisis sociales, económicas y políticas devastadoras que dejarán profundas cicatrices (UNDP-Ecuador, 2021).

El Ecuador al igual que otros países, ha sufrido el embate de la pandemia; las Instituciones gubernamentales que miden la magnitud de la pandemia dan cuenta que en el Ecuador no solo reportaban el número de contagiados, sino también de un millón de desempleados y 5,3 millones de trabajadores con condiciones laborales precarias (Diario el País, 2020).

Esta investigación es parte del proyecto FCI de la Universidad de Guayaquil llamado *Vigilancia del SARS-COV-2 en plantas de tratamiento de aguas residuales y principales cuerpos hídricos de Guayaquil*, el cual también posee un objetivo que aborda los efectos sociales y económicos del COVID-19 en poblaciones cercanas a los cuerpos de agua, por tanto, el equipo de investigadores que está a cargo del área social, decidió indagar mediante este trabajo de investigación si hubo o no afectación social y económica de la pandemia en los ciudadanos del sector sur de la urbe, ocasionado por el relajamiento que asumió la población de la ciudad Guayaquil ante el cambio de medidas de restricción.

Desarrollo

SARS-COV-2

El SARS-COV-2 es un nuevo tipo de coronavirus que puede afectar a las personas. Todavía hay muchas cosas que se desconocen en relación a la enfermedad y lo que produce (Ministerio de Salud Pública, 2020). El Coronavirus, proviene de la familia de virus que afecta solo a animales, pero algunos poseen la capacidad de transmitirse a personas causando problemas respiratorios leves, entéricos, hepáticos y neurológicos, puede provocar desde un resfriado común hasta enfermedades graves como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) (Aragón, et al., 2020).

El riesgo de desarrollar síntomas peligrosos de COVID-19 puede aumentar en las personas mayores y también en las personas de cualquier edad que tengan otros problemas de salud graves, como afecciones cardíacas o pulmonares, sistema inmunitario debilitado, obesidad grave o diabetes (Clinic, 2020).

Según la Organización Mundial de la Salud OMS (2020) los síntomas más comunes del virus son fiebre, tos y cansancio, también pueden presentar síntomas más fuertes como congestión nasal, dolor de cabeza, conjuntivitis, diarrea, pérdida de gusto y olfato, erupciones cutáneas o cambio de color en los dedos de las manos o pies. Además, existen personas asintomáticas que pueden transmitir el virus, pero no verse afectado por el mismo.

Línea del tiempo de la Pandemia en el Ecuador

El último mes del 2019 se detectó una enfermedad de neumonía desconocida, en la ciudad de Wuhan, China; para inicios del 2020 la Organización Mundial de la Salud anunció que se trataba de una nueva cepa del virus corona (OMS, 2020).

Para finales de febrero del mismo año, una viajera arribó del extranjero al aeropuerto de Guayaquil y no presentaba síntomas notorios, más sin embargo en días posteriores, fue diagnosticada como la primera portadora del SARS-COV-2 en Ecuador (Dirección de Relaciones Públicas de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, 2020). Para marzo del 2020 el virus fue declarado como pandemia mundial por la (OMS) debido a la rápida propagación a nivel mundial.

En el mismo mes, el Gobierno del presidente Lenin Moreno creó el Comité de Operaciones de Emergencias (COE) para el manejo de la crisis sanitaria a nivel nacional, el mismo que emitió varias resoluciones que contenían restricciones de movilidad para los ciudadanos con el afán de precautelar su seguridad sanitaria (Ocles Padilla, 2020).

Para mayo del mismo año, se crearon los (COE) Cantonales asumiendo la responsabilidad junto con cada municipio de manejo de las medidas de restricción, de esta manera se empezó la reactivación parcial de las actividades presenciales. Pero la necesidad de reactivar la economía a nivel nacional, hizo que se implementaran medidas de bioseguridad que incluían el distanciamiento social y el uso obligatorio de mascarilla para evitar la propagación masiva de la COVID-19 durante la libre circulación de la población. No obstante, el número de contagios aumentó durante los feriados nacionales y cantonales del año 2020.

La pandemia en Guayaquil

El panorama en Guayaquil frente a la pandemia coronavirus fue alarmante; la segunda ciudad más poblada de Ecuador después de Quito, se convirtió en el epicentro del COVID-19 con uno de los peores brotes de coronavirus, el sistema de salud colapsado, pero logró pasar la primera ola de la pandemia durante los primeros meses del 2020.

En el segundo semestre del mismo año, en los feriados de los meses de octubre y noviembre, se evidenciaron un repunte de contagios debido al relajamiento de las medidas de bioseguridad como consecuencia del cambio en el color del semáforo de rojo a amarillo, lo que ocasionó nuevamente la declaratoria de estado de excepción en el territorio ecuatoriano a fin de evitar un nuevo repunte de contagios por el feriado de fin de año a nivel nacional.

Sin embargo, la Corte Constitucional, declaró al estado de excepción inconstitucional siendo suspendido antes de terminarse el año y se continuó con la semaforización por cantones, provocando el temido relajamiento ciudadano.

Por lo antes expuesto, esta investigación planteó como objetivo determinar los efectos en las actividades sociales y económicos de la pandemia COVID-19 en la población del sur de la ciudad de Guayaquil, planteando la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál fue el efecto de la COVID-19 en las actividades sociales y económicas de la población sur de la ciudad de Guayaquil?

La población objeto de estudio se ubicó en cuatro parroquias urbanas del sector sur de la ciudad, siendo estas: Febres Cordero, Letamendi, Olmedo y, Ximena. Además, fueron incluidos los barrios: Barrio Centenario, Barrio del Astillero, Barrio Cristo del Consuelo, El Guasmo y El Suburbio, con aproximadamente 1,029,382 de habitantes, tomándose una muestra de 384 pobladores.

Metodología

La presente investigación utilizó el enfoque cuantitativo para dar respuesta a la pregunta de investigación mediante datos numéricos y un análisis estadístico. Además, el diseño fue no experimental-transversal, ya que el levantamiento de datos se realizó directamente a la población afectada en un momento específico.

Tomando en cuenta que la investigación es de tipo exploratoria y descriptiva, se utilizó como técnica de recolección de datos la encuestas y, como instrumento se utilizó el cuestionario on-line a través de una herramienta tecnológica, las mismas que se realizaron mediante la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia. El levantamiento de datos se realizó desde el día 23 de enero hasta el 8 de febrero del 2021.

Se tuvo una muestra de 384 personas del sur de la ciudad de Guayaquil, sin embargo, se logró recolectar 101 respuestas válidas

para el presente estudio, esto debido que la mayor parte de las personas a las que se les hizo llegar el enlace de la encuesta no tuvieron la facilidad para contestarla, además el levantamiento fue on-line. La escala de medición que se utilizó fue la de Likert, con respuestas de opciones múltiples y abiertas.

Procedimiento

Teniendo los datos recopilados con la herramienta tecnológica se procedió a la exportación de la base de datos a Excel, luego se la codificó y trasladó al software estadístico SPSS versión v-22 donde la fiabilidad del instrumento es de 0.71. Cada pregunta que se realizó en la encuesta tuvo una valoración de acuerdo a la escala de Likert, de las que 42 interrogantes contaban con opciones múltiples y solo una era pregunta abierta que requería que el encuestado llenara la misma de acuerdo al tipo de trabajo informal que realiza actualmente.

Resultados y Discusión

El 50,5% de los encuestados eran de género femenino y el 49,5% masculino; la edad predominante fue de 21 a 30 años con un 41,6% seguido con un 16,8% la edad de 31 a 40 años; el estado civil predominante fue soltero con un 50,5% seguido por el estado casado con el 28,7%. En lo que respecta a la educación de los encuestados, el 62,4% de las personas han culminado o están cursando la educación superior (universidad) y el 15,8% tiene secundaria.

Resultados

De acuerdo con las variable independiente y dependiente se evidenciaron los siguientes resultados relevantes:

Tabla 1

Variables en las que se encontraron hallazgos

Variable Independiente	Dimensión
SARS-CoV-2	Salud
Variable Dependiente	Dimensión
Sociales	Demografía y hogar
	Contacto social
	Políticas sanitarias
Económico	Empleo
	Ingreso

Tabla 2

Resultado Variable independiente COVID-19

Hallazgos relevantes		
Variables	Dimensión	Hallazgos
SARS-CoV-2	Salud	(P. 17) El 42,6% ha tenido contacto con un familiar infectado en casa y fuera de casa. El 26,7% tuvo contacto con amigos infectados. El 19,8% estuvieron en contacto con compañeros de trabajo infectados. (P. 18) El 33,7% ha perdido a un familiar a causa de la pandemia entre ellos familiares cercanos incluidos abuelos y padres. (P. 32) El 33,7% considera que la pandemia SARS-COV-2 tuvo una afectación mayor en el Guasmo Sur.

Tabla 3.*Resultado variable dependiente social*

Variables	Dimensión	Hallazgos
Sociales	Demografía y hogar	(P. 7) El 32,7% casa alquilada y el 31,7% casa familiar. (P. 10) El 37,7% habitan con más de 5 personas en el hogar.
	Contacto social	(P. 13) El 93,1% salieron de su hogar a realizar diferentes actividades. (P. 13.1) de los cuales el 69,1% han salido a trabajar. (P. 14) El 89,1% han asistido a reuniones familiares.
	Políticas sanitarias	(P. 22) El 61,4% no tomó ninguna medida de protección en las reuniones de navidad y fin de año. (P. 11) El 25,7% casi siempre o a veces hace uso de la mascarilla en lugares públicos. (P. 12) El 50,5% casi siempre, a veces o muy poco hace uso de la mascarilla en sus actividades sociales y laborales. (P. 16) El 45,5% ya no pueden más con las restricciones del COE cantonal.

Tabla 4.*Resultado variable dependiente económico*

Variables	Dimensión	Hallazgos
Económico	Empleo	(P. 24) El 17,8% trabaja tiempo completo fuera de casa; el 24,8% tiempo completo desde teletrabajo; el 11,9% tiempo parcial fuera de casa; el 3% tiempo parcial desde teletrabajo. (P. 25) 13,7% es independiente.

Ingreso	<p>(P. 26) En el 2019, el 26,7% ganaba entre 200 y 500 dólares mensuales. Mientras que el 31,7% ganaban entre 501 a 1000 dólares.</p> <p>(P. 27) Enero a mayo 2020, el 31,7% ganaban entre 200 y 500, y el 30,7% entre 501 y 1000.</p> <p>(P. 28) Junio a diciembre 2020, el 39,6% gana entre 200 a 500 dólares, y el 27,7% entre 501 y 1000.</p> <p>(P. 29) El 40,6% tiene pérdidas de dinero entre 200 a 500 dólares y un 22,8% entre 501 y 1000.</p> <p>(P. 30) El 69,3% se han quedado sin ahorro, el 16,8% ha perdido su trabajo y el 13,9% no alcanza a cubrir sus gastos de alimentación.</p> <p>(P. 31) El 47,5% ha tenido un impacto en función del trabajo/negocio muy significativo.</p>
----------------	--

Discusión

Al evidenciar los hallazgos podemos responder la pregunta de investigación: ¿Cuál fue el efecto de la pandemia SARS-COV-2 en las actividades sociales y económicas de la población sur de la ciudad de Guayaquil? Los impactos que se dieron en la variable social fueron: que el 32,7% de personas encuestadas viven en una casa alquilada y el 31,7% en una casa familiar; de las cuales un 37,7% habitan en confinamiento con más de 5 personas en el hogar. Se evidenció también que el 93,1% de las personas salieron de su hogar a realizar diferentes actividades, de las cuales el 69,1% salieron a trabajar.

Además, el 89,1% han asistido a reuniones familiares; de estos asistentes, ninguno tomó medidas de protección en las reuniones de navidad y fin de año. Adicionalmente, el 25,7% casi siempre o a veces hace uso de las mascarillas en lugares públicos. En el mismo contexto,

el 50,5% casi siempre, a veces o muy poco hace uso de la mascarilla en sus actividades sociales y laborales. Por último, se registró que el 45,5% ya no pueden más con las restricciones del COE cantonal.

Los impactos que se dieron en la variable económica fueron: En la empleabilidad que el 17,8% de las personas encuestadas trabajan tiempo completo fuera de casa, el 24,8% tiempo completo en teletrabajo, el 11,9% tiempo parcial fuera de casa, el 13,7% son trabajadores independientes y, el 5% posee un trabajo informal, en contraste, el 20% está desempleado.

En los ingresos como resultado se evidenció que: en el año 2019, el 26,7% ganaba entre 200 y 500 dólares mensuales, mientras que el 31,7% ganaba entre 501 a 1000 dólares; la situación con respecto a los ingresos cambió en los meses de enero a mayo del 2020 ya que el 31,7% ganaba un sueldo entre 200 y 500, y el 30,7% entre 501 y 1000; el decrecimiento en sueldos fue más notorio en los meses de junio a diciembre del 2020, donde el 39,6% gana un sueldo entre 200 a 500 dólares, y el 27,7% entre 501 y 1000.

Debido a lo expuesto, el 40,6% tiene pérdidas de dinero entre 200 a 500 dólares y un 22,8% entre 501 y 1000, repercutiendo esto en los ahorros, ya que el 69,3% se han quedado sin ahorros, el 16,8% ha perdido su trabajo y el 13,9% no alcanza a cubrir sus gastos de alimentación. Finalmente, se demuestra que el 47,5% ha tenido un impacto en función del trabajo/negocio muy significativo.

Incluso en la variable independiente de salud, también existe una afectación: el 42,6% de los encuestados ha tenido contacto con un familiar infectado en casa y fuera de casa, así mismo el 26,7% tuvo contacto con amigos infectados y el 19,8% estuvieron en contacto con compañeros de trabajo infectados. De lo expuesto, el 33,7% ha

perdido a un familiar a causa de la pandemia entre ellos familiares cercanos incluidos abuelos y padres. Además, el 33,7% considera que la pandemia SARS-COV-2 tuvo una afectación mayor en el Guasmo Sur. Con esto se contesta que el impacto para esta población ha sido muy significativo.

En el sector sur de la urbe guayaquileña se han podido verificar dos tipos de afectación en su población: el aspecto económico y social. El impacto que existe en el ámbito social se concentra en la necesidad de las personas de realizar sus actividades cotidianas fuera de la seguridad de su hogar, teniendo una exposición diaria a la pandemia SARS-COV-2, incluso con la utilización de las medidas de bioseguridad exigidas por el COE Cantonal como el uso de mascarilla y alcohol, además del distanciamiento social.

Hay una realidad visible y es que, aunque existen personas que toman en cuenta todas las medidas de bioseguridad y las practican, hay otras que no las respetan y ponen en peligro de contagio a su círculo social, laboral o familiar. Por esta razón, es muy acertada la frase que la Secretaría de Salud ha estado difundiendo desde el inicio de la pandemia, "Si te cuidas tú, nos cuidamos todos y todas", ya que esta pandemia se trata de solidaridad con el prójimo y ayuda mutua.

Los feriados se consideran los más peligrosos debido a la falta de respeto hacia las medidas de bioseguridad dispuestas por el COE Cantonal. En el último feriado de carnaval se registró un aumento de los casos por SARS-COV-2 y, el número de defunciones subieron de 10 a 14 por día (Paucar, 2021). Ante ello es recomendable minimizar las salidas innecesarias del hogar, ya que no solo se expone al contagio a una persona, sino que se forma una cadena que al final, puede terminar en tragedia para aquellos que confían tanto en sus seres queridos que prefieren desistir del uso de las medidas de bioseguridad.

Con respecto al tema económico, la afectación ha sido mayor, ya que algunas personas han perdido su trabajo por la quiebra de sus empleadores o por reducción de personal; otras han conservado sus trabajos con reducción de su salario; y, con la aparición de las nuevas formas de contratación en el Código de Trabajo, se volvió a la época del trabajo por horas o de medio tiempo con un sueldo que no llega a la mitad del salario básico general unificado del trabajador.

Sin embargo, por la crisis económica que se vive a nivel cantonal y nacional, la población del sur de la ciudad ha tenido que aceptar las condiciones laborales de sus empleadores para poder generar ingresos y ayudar en el sustento del hogar. Hay que señalar que una cuarta parte de la población es jefe de hogar y, por tanto, sus gastos aumentan por las necesidades básicas de uno o varios descendientes.

Además, se demostró que la mayoría de personas han tenido que utilizar sus ahorros para subsistir y cubrir necesidades básicas durante el transcurso de la cuarentena y, al momento de instaurarse la semaforización muchos habían perdido todos sus ahorros, además de parte del sueldo que ganaban antes de la pandemia.

Por último, se deja abierta la posibilidad que se continúe con la línea de investigación que se enunció anteriormente "Economía, Social, Emprendimiento y Gestión Territorial", y dando mayor énfasis en la sub-línea de investigación, "Estrategias, Calidad, Desarrollo Sustentable y Cambio de la Matriz Productiva".

Referencias

Alarcón Pérez, O. A., & González Becerra, H. E. (22 de Diciembre de 2018). El desarrollo económico local y las teorías de localización. Revisión teórica. *Espacios*, 39(51).
<http://www.revistaespacios.com/a18v39n51/a18v39n51p04.pdf>

- Aragón-Nogales, R., Vargas-Almanza, I., & Miranda-Novales, M. G. (2020). COVID-19 por SARS-CoV-2: la nueva emergencia de salud. *Revista Mexicana de Pediatría*, 86(6), 213-218. <https://www.medigraphic.com/pdfs/pediat/sp-2019/sp196a.pdf>
- Arias Pérez, C. (2015). *Las teorías del desarrollo local* (Tesis de pregrado. Universidad de A Coruña). https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/16364/AriasPerez_Cristian_TFG_2015.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Arshad, S., Baloch, M., Ahmed, N., Arshad, A., & Iqbal, A. (Abril de 2020). El brote de la enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19): una amenaza emergente para la salud mundial. *Revista de Infección y Salud Pública*, 13(4), 644-646. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1876034120303658?via%3Dihub>
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449.
- Asamblea Nacional. (2020). *Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19*. Registro Oficial N° 229.
- Asmorowati, S., Schubert, V., & Ningrum, A. P. (31 de Diciembre de 2020). *Taylor & Francis Online*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17516234.2020.1869142>
- Asociados, G. y. (25 de Junio de 2020). *García y Asociados*. <https://garciaasociados.ec/ley-covid-19-contrato-especial-emergente-seria-realmente-emergente/>
- Azuero Azuero, Á. E. (Julio-Diciembre de 2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 4(8), 110-127. <https://fundacionkoinonia.com.ve/ojs/index.php/revistakoinonia/article/view/274>
- Banco Mundial. (8 de Junio de 2020). <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2020/06/08/the-global-economic-outlook-during-the-covid-19-pandemic-a-changed-world>
- Beltrán, J. (18 de Noviembre de 2020). Dos parroquias de Guayaquil ya llegan a nivel de casos COVID-19 del mes de abril. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/11/17/nota/8052325/coronavirus-tarqui-aumento>

- Cabezas Mejía, E. D., Andrade Naranjo, D., & Torres Santamaría, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Carballo Barcos, M., & Guelmes Valdés, E. L. (Enero-Abril de 2016). Algunas consideraciones acerca de las variables en las investigaciones que se desarrollan en educación. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 8(1), 141. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n1/rus20116.pdf>
- Cevallos, G. Calle, A. Ponce, O. (2020). Impacto social causado por la Covid-19 en Ecuador. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*.
- Dávalos, N. (29 de Agosto de 2020). Solo el 45,5% de hogares en Ecuador tiene acceso a Internet, según el INEC. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/ecuador-hogares-acceso-internet-inec/>
- Dirección de Relaciones Públicas de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2020). *Secretaría General de Comunicación de la Presidencia*. <https://www.comunicacion.gob.ec/se-registra-el-primer-caso-de-coronavirus-en-ecuador/>
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B., Warsilah, H. (Abril de 2020). Revisión y análisis de las respuestas actuales al COVID-19 en Indonesia: período de enero a marzo de 2020. *Elsevier*, 6. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590061720300284?via%3Dihub>
- Espinoza Freire, E. E. (Julio-Septiembre de 2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. *Conrado*, 15(69), 175. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v15n69/1990-8644-rc-15-69-171.pdf>
- Fernández Nieto, M. I. (2017). Nivel de investigación. En S. V. Guadalupe Núñez, R. E. Castillo Andrade, M. I. Fernández Nieto, J. L. Herrera López, J. M. Morales Solis, & V. d. Gavilanes Fray, *Enfermería investigativa* (pp. 33-56). Universidad Técnica de Ambato. <https://revistas.uta.edu.ec/Books/libros%202017/LIBRO%20C UATRO%20OK.pdf>

- Francisco López, J. (9 de Noviembre de 2018). *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/muestraestadistica.html>
- GAD Municipal de Guayaquil. (2020). *Alcaldía de Guayaquil*.
<https://guayaquil.gob.ec/divisi%C3%B3n>
- González Franco, J. (30 de Junio de 2020). Guayaquil empieza una segunda fase en semáforo amarillo; tres zonas ya fueron identificadas en plan de sectorización. *El Comercio*.
<https://www.elcomercio.com/actualidad/guayaquil-segunda-fase-semaforo-amarillo.html>
- Henry, M. L. (2016). *La encuesta como herramienta de recolección de datos sobre riesgos psicosociales*. IX Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata (p. 17). Ensenada: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Así es Guayaquil cifra a cifra*. Censo de Población y Vivienda.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias-INEC/2012/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). *INEC*.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Instituto Nacional del Cáncer. (2020). *Instituto Nacional del Cáncer*.
<https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionario/def/sars-cov-2>
- Jing Zhang, X. F., & Wang, L. (13 de Diciembre de 2020). *Taylor & Francis Online*.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14765284.2020.1855939>
- Kartal, M. T., Depren, S., & Depren, O. (21 de Diciembre de 2020). *Taylor & Francis Online*.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1226508X.2020.1869055>
- Kavanagh, M., & Singh, R. (Diciembre de 2020). Democracia, capacidad y coerción en la respuesta a una pandemia: Covid-19 en una perspectiva política comparada. *Journal of Health Politics, Policy and Law*, 45(6), 997–1012.
<https://read.dukeupress.edu/jhpol/article/45/6/997/165294/Democracy-Capacity-and-Coercion-in-Pandemic>

- López-Roldan, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (1era Edición ed.). Universitat Autònoma de Barcelona.
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Medina, A. (15 de Diciembre de 2020). Así se aplicarán las restricciones en los feriados de navidad y año nuevo. *El Comercio*.
<https://www.elcomercio.com/actualidad/aplicacion-restricciones-navidad-feriado-ecuador.html>
- Ministerio de Salud Pública. (2020). *Ministerio de Salud Pública*.
<https://www.salud.gob.ec/coronavirus-covid-19/>
- Moncada, B. (27 de Octubre de 2020). El feriado en vilo, entre el rebrote y la reactivación. *Expreso*.
<https://www.expreso.ec/guayaquil/feriado-vilo-rebrote-reactivacion-92519.html>
- Ocles Padilla, M. A. (18 de Marzo de 2020). *Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias*.
<https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Resoluciones-COE-Nacional-18-de-marzo-2020.pdf>
- Ocles Padilla, M. A. (18 de mayo de 2020). *Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias*.
<https://www.gestionderiesgos.gob.ec/>
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Organización Mundial de la Salud*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses#:~:text=sintomas>
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Who.int*.
<https://www.who.int/es/emergencias/diseas%es/novel-coronavirus-2019>
- Organización Mundial del Comercio. (2020). *World Trade Organization*.
https://www.wto.org/english/news_e/pres20_e/pr862_e.htm
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227-232.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Paucar, E. (22 de Julio de 2020). Guayaquil cumple dos meses en semáforo amarillo; Viteri asegura que no se avizora un cambio a verde. *El Comercio*.
<https://www.elcomercio.com/actualidad/guayaquil-semaforo-amarillo-viteri-coronavirus.html>

- Paucar, E. (21 de Octubre de 2020). Los controles de covid-19 se extienden a seis nuevos sectores urbanos de Guayaquil. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/controles-covid19-barrios-urbanos-guayaquil.html>
- Paucar, E. (17 de Febrero de 2021). Muertes por Covid-19 pasaron de 10 a 14 al día en Guayaquil; todos los indicadores aumentaron. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/guayaquil-incremento-contagios-covid19-muertes.html>
- Paules, C., Marston, H., & Fauci, A. (23 de Enero de 2020). *Jama Network*. <https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/2759815>
- Personal de Mayo Clinic. (21 de Agosto de 2020). *Mayo Clinic*. <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/coronavirus/in-depth/coronavirus-who-is-at-risk/art-20483301#:~:text=El%20riesgo%20de%20desarrollar%20s%C3%ADntomas,debilitados%2C%20obesidad%20grave%20o%20diabetes.>
- Redacción Actualidad. (26 de Octubre de 2020). Cementerios, parques y malecones de Guayaquil se cerrarán, anunció el COE cantonal. *El Telégrafo*. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/actualidad/44/cementerios-parques-malecones-guayaquil-feriado>
- Redacción Guayaquil. (2 de Mayo de 2020). COE Cantonal de Guayaquil aprobó cómo operará la ciudad desde el lunes 4 de mayo del 2020. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/coe-municipalidad-guayaquil-resoluciones-coronavirus.html>
- Redacción Primicias. (26 de Abril de 2020). Así funcionará el semáforo por cantones para levantar la cuarentena. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/lo-ultimo/semaforo-ecuador-cuarentena-mayo/>
- Redacción Primicias. (17 de Mayo de 2020). Guayaquil pasará a semáforo amarillo a partir del 20 de mayo. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/lo-ultimo/guayaquil-semaforo-amarillo-20-mayo/>
- Rojas Cairampoma, M. (2015). Tipos de Investigación científica: una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14. <https://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf>

Sánchez, A. (7 de Enero de 2020). *Concepto definicion*.
ConceptoDefinicion: <https://conceptodefinicion.de/poblacion/>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades. (2017).
Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida.

Suárez Ibijés, M. O. (2018). *Interaprendizaje de estadística básica*
(Segunda Edición ed.). Universidad Técnica del Norte.

UNDP-ECUADOR. (10 de mayo de 2021).
<https://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/coronaviruses.htm>

Universidad Agraria del Ecuador. (2016). *Guía metodológica para trabajos de titulación*. Facultad de Ciencias Agrarias.
http://www.uagraria.edu.ec/documentos/trabajos_titulacion/2016/GUIA-METODOLOGICA-INVESTIGACION-EXPERIMENTAL.pdf

Universidad Latinoamericana. (2017). *ULA Online*.
http://practicaprofesionales.ula.edu.mx/documentos/ULAONLINE/Maestria/MAN/HRM558/Publicaci%C3%B3n/Semana_3/Estudiante/HRM558_S3_E_Inv_explo.pdf

Wordpress. (2015). *Destino imaginación del Guasmo Sur*.
<https://proyectodigs.wordpress.com/la-comunidad/guasmosur/>

El turismo comunitario en Salinas de Guaranda desde el enfoque de género y su incidencia en la pandemia COVID-19

Ing. Mayra Fernanda Quiñonez Bedón, Mg.

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, sede Latacunga
mfquinonez@espe.edu.ec.

Ing. Marcelo Eduardo Parra Fabara, Mg.

Universidad Técnica de Ambato
marcelopf78@gmail.com.

Shakya Pamela Pérez Rodríguez

Estudiante de Licenciatura en Turismo
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, sede Latacunga
spperez@espe.edu.ec.

Ing. Carlos Andrés Barrionuevo Marcillo

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE
cabarrionievom@gmail.com

Resumen

El objetivo principal de esta investigación es analizar el turismo comunitario de la parroquia Salinas de Guaranda desde el enfoque de género y su incidencia en la pandemia COVID-19. Se utilizó la metodología de enfoque mixto, de diseño longitudinal no experimental y se implementaron los métodos inductivo - deductivo y analítico - sintético mediante un análisis exploratorio. De esta forma, se llegó a la determinación que en el contexto de pandemia que atraviesa la humanidad las mujeres como colectivo vulnerable llegarán a tener negativas repercusiones en el sector de servicios por lo que su participación en las esferas de poder en las empresas objeto de nuestro análisis, que ya de por sí es reducida, no ostenta buenas proyecciones.

Palabras Clave: turismo comunitario, género, igualdad, no discriminación, empresas.

Abstract

The main objective of this research is to analyze the community tourism of the Salinas de Guaranda parish from a gender perspective and its impact on the COVID-19 pandemic. The methodology of mixed approach, of non-experimental longitudinal design was used and the inductive - deductive and analytical - synthetic methods were implemented through an exploratory analysis. In this way, it was determined that in the context of the pandemic that humanity is going through, women as a vulnerable group will have negative repercussions in the service sector, so that their participation in the spheres of power in the companies object of our analysis, which is already small, it does not boast good projections.

Key words: community tourism, gender, equality, non-discrimination, companies.

Introducción

En la actualidad, se ha hecho necesario para todos los gobiernos replantearse las perspectivas jurídicas a los fines de incluir mejores condiciones para los grupos más vulnerables dentro de la sociedad. La incorporación de estas políticas, tal y como indica Orbegoso (2016) ha requerido “la conquista de la igualdad material (...) de un Estado que tuvo que cambiar para afrontar las nuevas exigencias de una sociedad que se concibe a sí misma como plural” (p. 1). Esta idea, se fundamenta también en lo establecido por Sierra (2018) quien indica la necesidad de que dichas políticas se apliquen de acuerdo al principio de proporcionalidad. Este principio, bien definido por Navarro (2017) implica que exista una relación razonable entre los medios empleados y los fines que se persiguen.

Por lo tanto, cualquier medida desproporcionada podría implicar en una forma de discriminación o en una violación al principio de igualdad. En la doctrina, este tipo de cuestiones conlleva según Pons (2015) a “superar una acepción estrictamente simétrica o paritaria de

la igualdad y excluir de la consideración de discriminatorias determinadas medidas favorables” (p. 46). En otras palabras, lo que se busca es una garantía de la mayor igualdad posible considerando las diferencias sustanciales de cada grupo social.

A propósito de esos grupos sociales como se ha indicado, existen unos más vulnerables que otros, entre ellos a los fines de esta investigación es preciso hacer énfasis en las mujeres. Este colectivo, tradicionalmente en situación de desigualdad con respecto al sexo masculino, ha sido objeto de protección por las Organizaciones Internacionales desde hace algún tiempo.

Un ejemplo propicio para citar es la inclusión de la igualdad de género como uno de los Objetivos del Milenio (ODM) diseñados por la ONU hasta el año 2015 así como su posterior incorporación en los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) también elaborados por la ONU y con vigencia hasta este año en curso, es decir el 2020. Al respecto la igualdad de género consta actualmente en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas dentro de los Objetivos del Desarrollo Sostenible en el Objetivo Número 5 que es “alcanzar la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer y la niña”.

Ahora bien, la inclusión de la mujer en los ODS es el resultado de una serie de acciones que han permitido el estudio de este grupo vulnerable a través del tiempo. Si se analiza, por ejemplo, el informe final de los Objetivos del Milenio puede verse que, además, las mujeres en su condición laboral, tenían en ese momento y tienen para este, menos posibilidades de acceder a mejores empleos que los hombres. De esta manera, aunque dicho informe señala que “Entre 1991 y 2015 el porcentaje de mujeres con empleos vulnerables como parte del total de mujeres empleadas se ha reducido en 13 puntos porcentuales. En contraste, el empleo vulnerable entre los hombres cayó en 9 puntos porcentuales” (ONU, 2015, p. 5) se hace necesario evaluar las

perspectivas que, en el mundo laboral, tienen las mujeres en los tiempos actuales.

En este sentido, la ONU (2015) establece que “Las mujeres continúan en desventaja en el mercado laboral. En todo el mundo, cerca de las tres cuartas partes de los hombres en edad de trabajar participan de la fuerza laboral, en comparación con solo la mitad de las mujeres en edad de trabajar” (p. 8). Por lo que, hasta hace 5 años la inclusión de la mujer en el mundo del trabajo continuaba en condiciones distintas a la de los hombres.

Esta realidad es sumamente grave, sobre todo si se enfoca desde el eje central del tema estudios, el mundo turístico, ya que, si tradicionalmente las mujeres se encuentran en situación de desigualdad con los hombres, también su ocupación dentro del sector turístico las ubica en un mayor grado de discriminación, considerando que allí se ocupan en labores que les impiden tener una gran cantidad de ingresos, ya que suelen desempeñarse precisamente en el sector de servicios. Tal y como lo establece García (2015) “se impone como medio de reducir los costes laborales de las empresas, que necesitaban adaptarse a un entorno cambiante y competitivo” (p.34).

Sin embargo, también es prudente hacer mención a otra circunstancia que se presenta en la actualidad como lo es la pandemia COVID-19 que ha afectado inevitablemente el mundo del sector turístico toda vez que tal y como lo indican Hermi y García (2020) se trata de una enfermedad que tiene síntomas parecidos a la gripe, es altamente contagiosa y ha generado el cese de casi todas las actividades presenciales en todo el mundo después de ser declarada pandemia el 3 de marzo del 2020 por la Organización Mundial de la Salud.

A raíz de estos eventos las grandes organizaciones mundiales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización de las Naciones Unidas para las Mujeres (ONU MUJERES) han realizado proyecciones sobre las posibles incidencias de la pandemia en el ámbito laboral para nuestro colectivo de estudio que en este contexto se ha visto altamente afectado ya que, la mayoría de las actividades turísticas son de carácter presencial y se han visto paralizadas durante la pandemia. En base a lo antes expuesto se llevará a cabo la presente investigación.

Para la elaboración de este trabajo de investigación, se llevó a cabo una metodología que contó con un enfoque cualitativo y cuantitativo de diseño no experimental y de carácter longitudinal con un alcance exploratorio. A su vez, se implementaron los métodos analítico-sintético e inductivo-deductivo. Según lo indicado por Gómez *et al.* (2017) al utilizar este enfoque de investigación, esto es, el enfoque mixto, se está en presencia de un estudio que tiene un matiz cuantitativo como es el caso de la utilización de datos numéricos, pero siempre con una finalidad cualitativa, esto es, de describir el objeto de estudio.

El uso del diseño no experimental longitudinal, se debe a que se trata del estudio de un fenómeno en el tiempo, en este caso la igualdad de género para las mujeres en el sector turístico a raíz de todos los acontecimientos históricos y del momento que han afectado su representación en el sector empresarial objeto de análisis. De esta manera, como se está en presencia de una investigación de alcance exploratorio se pretendió la observación del objeto de estudio a través de la implementación de los métodos señalados.

Análisis – Disertación

Una vez expuestas las consideraciones iniciales es preciso enfocar el presente trabajo de investigación hacia el ámbito turístico que, en criterio de Gurría (2019) es un fenómeno mediante el cual las personas se desplazan sin fines lucrativos y de forma voluntaria hacia lugares lejanos a su residencia buscando la recreación, descanso, adquisición de conocimientos culturales o de salud. Es así que se trata de una actividad que no solamente repercute de forma económica para los Estados de forma individual, sino que también contribuye a la economía mundial.

Como se ha indicado, las mujeres tienen una mayor tendencia a emplearse en sectores laborales del mundo del turismo que cuentan con menos remuneración que los hombres. En este sentido tal y como lo indican Navarro *et al.* (2020) en el turismo también “han sido objeto de construcciones sociales sexualizadas en las que, a pesar de ingresar en el mundo laboral turístico siguen manteniendo fuertes roles sociales tradicionales por lo que se ocupan en el sector de servicios” (p. 53).

Esta situación se agudiza en el caso del turismo comunitario, objeto principal de nuestra investigación y que puede definirse según García (2016) como “toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el manejo adecuado del patrimonio cultural, basado en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” (p. 597).

Por tal motivo, se ha convertido en una actividad estratégica para las comunidades y a diferencia de otros tipos de turismo, como el de masas, se ha caracterizado por desarrollarse en zonas rurales y por

contar con la participación activa de comuneros que habitan precisamente, en esas zonas.

En el caso de la participación de la mujer en este tipo de turismo, habrá que recordar el contexto socio laboral del Ecuador en relación a la cuestión de género. En este sentido, bien indica Illicachi (2018) que “a pesar de las aperturas y acceso visible de las mujeres en el campo político y espacios públicos, aún persisten no sólo la violencia de género y el feminicidio sino otras manifestaciones basadas en una situación de desigualdad que se desarrollan en este sentido” (p. 386) por lo que queda analizar el enfoque de género que tiene este tipo de turismo en el Ecuador.

De esta manera, se haría necesario como indica García (2016) proyectar las diversas oportunidades entre hombres y mujeres y la interrelación que existe entre ellos con respecto a los roles sociales que desempeñan y, además, analizar si esos roles se trasladan al mundo del trabajo algo que implica cuestionar las relaciones de poder desiguales dentro de la sociedad.

Con la finalidad de analizar la repercusión que tienen las mujeres como colectivo vulnerable dentro de la comunidad de Salinas de Guaranda, ubicada en la zona centro del país y específicamente en la región interandina, objeto de nuestro estudio, por tratarse de ser un lugar internacionalmente reconocido para la práctica del Turismo Comunitario, se presenta la siguiente tabla en donde puede observarse a las empresas del Grupo Salinas que se encargan de realizar actividades de Turismo Comunitario y quienes son las personas que ocupan sus cargos directivos:

Tabla 1*Empresas del Grupo Salinas*

Razón Social	Nombre	Cargo
Cooperativa de Ahorro y Crédito Salinas Ltda. (COACCSAL)	Ing. Marco Loaiza	Gerente COACCSAL
Cooperativa de Producción Agropecuaria El Salinerito (PRODUCCOOP)	Lic. Armando Toalombo	Gerente PRODUCCOOP
Fundación Familia Salesiana Salinas (FFSS)	Ing. Fernando Vásconez	Director Fundación Familia
Fundación de Organizaciones Campesinas de Salinas (FUNORSAL)	Sr. Vinicio Ramírez	Representante legal de FUNORSAL
Fundación Grupo Juvenil Salinas (FUGJS)	Ing. Virginia Salazar	Delegada de la FUGJS
Asociación de Desarrollo Social de Artesanas de Salinas (TEXAL)	Lcda. Libia Salazar	Representante Legal TEXAL
Corporación Grupo Salinas (GRUPPO SALINAS)	Ing. Fernando Vásconez	Presidente del Grupo Salinas
Fundación Consorcio de Queseras Rurales Comunitarias FUNCONQUERUCOM	Ing. Fabián Vargas	Director Ejecutivo de FUNCONQUERUCOM

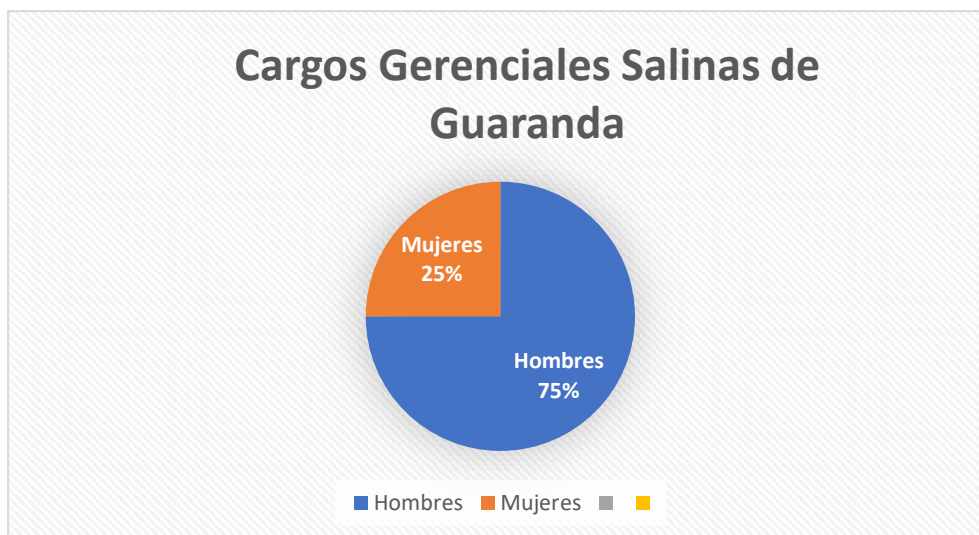
Nota. Esta tabla muestra las microempresas que se encuentran en la parroquia Salinas de Guaranda, así como también los cargos de acuerdo al género que ocupan en cada una de ellas. Adaptado de Grupo Salinas (2019), por Quiñónez et al. (2021)

Como puede observarse, todas estas empresas que directa o indirectamente desarrollan actividades relacionadas con el turismo comunitario son manejadas por los miembros de la comunidad, entre las que se puede mencionar: la quesera, hilandería, chocolatería, deshidratadora, fábricas de embutidos, artesanías, esencias, cremas naturales, entre otras; están representadas en su mayoría por hombres cuestión que repercute negativamente en el desarrollo de la igualdad de género en sector de estudios. De hecho, proporcionalmente las mujeres dentro del grupo empresarial objeto de

nuestro estudio, representan solamente el 25% de las personas que ejercen cargos de poder mientras que los hombres representan un 75%, como se puede apreciar en la figura 1.

Figura 1

Cargos gerenciales en Salinas de Guaranda



Nota. El gráfico representa los porcentajes de acuerdo a los cargos gerenciales que ocupan los hombres vs. mujeres en las microempresas de Salinas de Guaranda, por Quiñónez et al. (2021)

A propósito de esa realidad, Carvallo (2015) establece que en las nuevas concepciones del Estado es imprescindible la existencia de la transformación social que conlleva una lucha contra factores discriminatorios para lograr la igualdad. Esta transformación si bien está contemplada dentro del ordenamiento jurídico ecuatoriano, no se ve plasmada dentro del colectivo de empresas objeto de nuestro estudio. A su vez, si se analiza esta realidad y se enfoca hacia los nuevos paradigmas que enfrenta el mundo turístico a raíz de la pandemia COVID 19, puede verse un futuro mucho menos beneficioso para las mujeres como colectivo de nuestro estudio.

Así lo proyectan los informes más actuales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y de la Organización de las Naciones Unidas para las Mujeres (ONU MUJERES). En este sentido del informe final de los ODM (2015) cabe decir que, por ejemplo, en materia de representación las mujeres obtuvieron espacios en un 90% en 174 países.

Sin embargo, al encontrarse el mundo en el medio de una situación sin precedentes esto tiende a tener repercusiones dentro de los sectores laborales como el de nuestro objeto de estudio. Tal y como lo indican Lanza y Narváez (2020) "Las situaciones de emergencia tienden a "romper" las estructuras sociales y las actividades "cotidianas" de los grupos humanos" (p. 4).

En este sentido, en el medio de la pandemia actual, los gobiernos con la finalidad de contener la propagación de la enfermedad han dispuesto medidas de aislamiento social cuestión que ha tenido repercusiones sumamente negativas para el mundo del trabajo.

Al respecto de estas repercusiones, al encontrarnos dentro del desarrollo de la pandemia solo puede hablarse de proyecciones. En este sentido puede mencionarse dos informes clave en el desarrollo de esta investigación, uno es el último informe de la ONU MUJERES (2020) denominado "respuestas sensibles al género ante la COVID 19" en donde se analiza la realidad mundial sobre la pandemia y su afectación en nuestro colectivo de estudios y el otro es el informe de la OIT (2020) denominado "El COVID y el mundo del trabajo: repercusiones y respuestas".

Sin embargo, a propósito del informe de la OIT (2020) el mismo establece que dicha afectación de aislamiento social de la que comentamos, afectará directamente tanto al sector industrial como al sector de servicios. De esta manera, indica el precitado documento que solo en China el sector industrial disminuyó por lo menos en un

13% en el año 2020 y, además, en el caso del sector de servicios las estimaciones son que en criterio del Consejo Mundial para el Comercio y Turismo, la disminución de desplazamientos internacionales de las personas debido a la enfermedad podría cerrar con por lo menos un 25% en el año 2020 en el mejor de los casos, cuestión que pone en riesgo millones de puestos de trabajo.

De hecho, indica la OIT (2020) que la crisis económica tiene una incidencia directa tanto en la oferta (producción de bienes y servicios) como en la demanda (consumo e inversión). De hecho, si bien la producción solo se vio inicialmente afectada en Asia, se ha extendido a todo el mundo. Indica la OIT (2020) que "Todas las empresas, con independencia de su tamaño, deben afrontar graves problemas, en particular en los sectores de la aviación, el turismo y la hostelería" (p. 5).

Al respecto, en el citado informe se establece también, que en el sector objeto de nuestro estudio, esto es, el turístico, sería especialmente difícil mantener la actividad empresarial, toda vez que factores como las restricciones de viaje y la imposición de medidas de aislamiento social impiden y seguirán impidiendo que los trabajadores se desplacen a sus puestos de trabajo, que, debemos agregar, en el caso del turismo es un factor esencial ya que la mayoría de las actividades turísticas requieren la presencialidad.

Por otra parte, en el caso de los consumidores, por motivos ligados a la fácil propagación de la enfermedad no solo disminuirán como han venido disminuyendo su adquisición a bienes y servicios, sino que, además, pueden mostrarse reticentes a hacerlo. Todo esto incide negativamente en la contratación de trabajadores.

A su vez, dicho informe de la OIT (2020) señala que "Las epidemias y las crisis económicas pueden repercutir de forma desproporcionada en determinados grupos de población, y propiciar un

aumento de la desigualdad” (p. 7). Dentro de esos grupos cuya proyección hace la Organización se encuentran las mujeres como colectivo vulnerable. Por lo tanto, también indica la OIT que, según sus estimaciones por lo menos el 58,6% de las mujeres que trabajan en todo el mundo, lo hacen en el sector de servicios mientras que los hombres representan un 45,4%. Esto sin considerar que las mujeres soportan cargas laborales desproporcionadas dentro de la economía asistencial.

En el Ecuador, el Ministerio del Trabajo, mediante Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-077 de 15 de marzo de 2020, expidió precisamente las directrices del teletrabajo emergente tanto para el sector público como para el privado. Esta medida, si bien se ha relajado en la actualidad mediante el Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-094 de 03 de mayo de 2020 continúa siendo un impedimento para el desarrollo de actividades turísticas en cualquier sector del país, toda vez que la circulación aún mantiene considerables restricciones a pesar de haber finalizado el Estado de Excepción el 13 de septiembre del 2020.

Sin embargo, en el caso concreto de las mujeres como nuestro colectivo de estudio, a tenor de lo antes expuesto, las proyecciones para que se incremente su participación en esferas de poder en cualquier aspecto durante la pandemia, siguen siendo bastante negativas. Así lo señala la Organización de las Naciones Unidas para las Mujeres (2020) que indica que “los tiempos de crisis pueden llevar a que se tomen decisiones apresuradamente, sin tener en cuenta los derechos (...) y las perspectivas de las mujeres sobre todo porque a menudo se omiten en la toma de decisiones en tiempos normales” (p. 2).

De hecho, el precitado informe indica que las mujeres solamente constituyen el 25% de los legisladores nacionales por lo que ya de por

si se encuentran excluidas de los sectores de toma de decisiones sobre la pandemia. Este factor indica la ONU MUJERES (2020) que no solamente ayuda a mantener la falsa percepción de que los hombres manejan mejor que las mujeres a las crisis, sino que también es posible que la carga laboral ya de por sí desproporcionada para las mujeres, aumente para aquellas que logren mantener sus puestos de trabajo. Así mismo, analiza el precitado informe que, ya que las mujeres predominan en los sectores de servicios como la hostelería y el turismo altamente afectados por la crisis sanitaria, esto repercute directa y negativamente sobre ellas como colectivo vulnerable. A propósito de esas ocupaciones, señala el mismo informe que mucho antes de la pandemia, ya las mujeres realizaban tres veces muchos más trabajos no remunerados o menos remunerados que los hombres.

Todo esto, debe conjugarse en el criterio de la autora de esta investigación con el reciente estudio de Llorente (2020) sobre la forma en que la crisis tendrá una mayor incidencia dentro de los colectivos vulnerables. Es el caso que señala que, si bien en la actualidad no existen concretamente estimaciones del impacto de la crisis por razón de género en el empleo, debe considerarse el factor de la segregación laboral. De esta forma, la doctrinaria plantea la hipótesis de que la crisis tendrá una mayor incidencia para las mujeres en el sector de servicios (entre ellos el turismo) que, en los hombres, precisamente por el tipo de ocupaciones que ellas desempeñan con mayor frecuencia.

De esta manera “a medio plazo la crisis puede incidir en mayor medida entre las mujeres cuando los efectos adversos se desplacen hacia los sectores de la hostelería, el comercio y el turismo; actividades donde la mujer se encuentra sobre representada” (Llorente, 2020, p. 19).

Conclusiones – Reflexiones Finales

A lo antes expuesto a nivel jurídico, doctrinal y social es pertinente hacer algunas consideraciones finales. Como se ha visto, las mujeres tradicionalmente se han constituido como un colectivo vulnerable a nivel social que terminó insertándose al mundo del trabajo en la misma proporción de vulnerabilidad. A propósito de esto, resalta en este estudio, la participación de las mujeres en las esferas de poder dentro de las empresas objeto de análisis, como lo son las del Grupo Salinas dentro de la comunidad de Salinas de Guaranda ubicada en la zona centro del país, en la región interandina del Ecuador. Al respecto, esta participación según datos oficiales recogidos antes de la pandemia COVID-19 ascendía solamente a un 25% para las mujeres frente al 75% de representación masculina para las esferas de poder.

Ahora bien, a propósito del análisis doctrinal y jurídico que se ha hecho al respecto queda concluir que, en el contexto que nos encontramos en este momento las proyecciones para que nuestro colectivo de estudio alcance las esferas de poder, tanto a nivel de las empresas en análisis como en cualquier sector de representación, son muy bajas. Así lo señalan las organizaciones internacionales como la OIT (2020) y la ONU (2020) quienes indican en sus proyecciones al respecto que lo más probable es que los grupos vulnerables, como las mujeres, terminen sufriendo considerables consecuencias negativas en las esferas del sector de servicios donde normalmente se ocupan.

Estas consecuencias pueden traducirse en pérdidas de empleo, reducción de remuneraciones o imposibilidad de trabajar de forma presencial en estos lugares cuestión que suele ser la única opción para laborar en el sector turístico, objeto de nuestro estudio, dada la naturaleza de estas actividades. Por tal motivo, se hace necesaria la implementación de medidas que permitan la reactivación económica

con enfoque de género, toda vez que se requiere de igual forma que las mujeres sean consideradas en las esferas de poder para hacer frente a la crisis y no más bien perjudicadas en la administración de estas medidas.

Referencias

- Carvalho, M. (2015) *Una mirada histórica a la vida de las mujeres en AAVV: Historia de Mujeres e Historia de Género en el Ecuador*. Editorial IPANC.
- García, C. (2016). Turismo Comunitario en Ecuador. *Revista Estudios y perspectivas en turismo* (4). 597-614.
- García, J. (2015). Economía sumergida y relaciones laborales en Europa. *Revista del Instituto de Relaciones Jurídicas de la UNAM* (21), 31-59.
- Gómez Corona, Álvarez G., Romero, A., Castro, F., Vega, V., Comas, R. y Velázquez, M. (2017). *La investigación científica y las formas de titulación: aspectos conceptuales y prácticos*. Editorial Jurídica del Ecuador.
- Gurría, M. (2019). *Introducción al turismo*. Editorial Trillas.
- Hermi Zaar, M. y Blas García, M. (2020). El COVID en España y sus primeras consecuencias. *Revista brasileira de geografia económica*. (17) 1-20.
- Illicachi, J. (2018). Las mujeres en un país plurinacional e intercultural, Ecuador. *Revista de estudios de género: la ventana*, 48. 1-10.
- Lanza, R. y Narváez, C. (2020). Emergencia, gestión, vulnerabilidad y respuestas frente al impacto de la pandemia COVID- 19 en el Perú. *Revista Applied Social Sciences*. 1-16.
- Llorente, R. (2020). Impacto del COVID-19 en el mercado de trabajo: un análisis de los colectivos vulnerables. *Serie de Documentos del Trabajo* (1). 2-29.

- Ministerio del Trabajo del Ecuador. *Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-077 de 15 de marzo de 2020*. <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/03/Acuerdo-MDT-202-077.pdf>
- Ministerio del Trabajo del Ecuador. *Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-094 de 03 de mayo de 2020*. https://www.fielweb.com/App_Themes/InformacionInteres/MDT-2020-094.pdf
- Navarro, M. (2017). *La igualdad de género como derecho humano: un análisis desde la perspectiva del derecho internacional en el ámbito laboral*. Editorial Jurídica del Ecuador.
- Navarro, M., Quiñonez, M., Tapia, J. y Machado, M. (2020). Igualdad de Género en el Derecho y Turismo en Ecuador. *Revista ORBIS* (16). 48-57.
- Observatorio Nacional de Ciencia y Tecnología. (2017). *Indicadores venezolanos de ciencia, tecnología e innovación. Boletín año 2016*. http://oncti.gob.ve/images/Boletines/IndicadoresCTI-2016_Digital-22-08-2017.pdf
- Orbegoso, M. (2016). La igualdad material como fin del Estado Social. *Revista de estudiantes Ita Ius Esto* (1), 1-10.
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Objetivos del desarrollo del milenio*. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/mdg/the-millennium-development-goals-report-2015.html>
- Organización de las Naciones Unidas para las Mujeres. (2020). *Respuestas sensibles al género ante la COVID 19*. <https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2020/06/a-primer-for-parliamentary-action-gender-sensitive-responses-to-covid-19>
- Organización Internacional del Trabajo. (2020). *El COVID-19 y el mundo del trabajo: Repercusiones y respuestas*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_739158.pdf

Pons, E. (2015). Igualdad y no discriminación por razón de sexo: nociones jurídicas básicas. En: Sánchez A. y Pumar Beltrán, N. (Coord.) *Análisis feminista del derecho: teorías, igualdad interculturalidad y violencia de género*. Publicaciones de la Universidad de Barcelona.

Sierra, E. (2018). La discriminación de género en la relación laboral: igualdad formal, igualdad material y acción positiva. *Revista de Derecho* (29), 49-52.

CAPÍTULO 2

Gestión a través de las TIC's



Uso de herramientas tecnológicas (TIC's) como estrategias de fortalecimiento para las ventas caso de estudio: mercado de abastos Las Manuelas, Cantón Durán

MBA Janet Bonilla Freira
janet.bonillaf@ug.edu.ec
Universidad de Guayaquil

Sandra Carolina López Solís
sandra.lopezs@ug.edu.ec
Universidad de Guayaquil

Resumen

En el presente trabajo de investigación se analizó el conocimiento que poseen los comerciantes del mercado de abastos las Manuelas, respecto al manejo de las herramientas tecnológicas (TIC'S). La metodología aplicada fue de enfoque cuantitativa con un alcance exploratorio descriptivo, se usó un diseño no experimental transversal, las técnicas de recolección de datos fueron el cuestionario, la población objeto de estudio fueron los 392 comerciantes del mercado de los cuales solo se logró encuestar a 43 comerciantes esto se debió a las medidas restrictivas, se encuestó también a la administradora del mercado. Los resultados permitieron conocer el 74% de los encuestados corresponde a personas mayores de 30 años. Sin embargo, existe desconocimiento parcial en el manejo de redes sociales por parte de ellos. Por lo cual se planteó como estrategia de fortalecimiento, que reciban capacitación para el desarrollo de habilidades en el manejo de las redes sociales.

Palabras clave: herramientas tecnológicas, comerciantes, mercado de Abastos, capacitación, ventas

Abstract

In this research work, the knowledge that merchants of the Las Manuelas food market have, regarding the management of technological tools (TIC'S), was analyzed. The applied methodology was of a quantitative approach with a descriptive exploratory scope, a non-experimental cross-sectional design was used, the data collection

techniques were the questionnaire, the population under study was the 392 market traders of which it was only possible to survey 43 merchants this was due to restrictive measures, the market administrator was also surveyed. The results allowed knowing 74% of the respondents corresponds to people over 30 years of age, however, there is partial ignorance in the management of social networks by them. Therefore, it was proposed as a strengthening strategy, that they receive training for the development of skills in the management of social networks.

Key words: technological tools, merchants, Supply market, training, sales.

Introducción

Actualmente, el uso de las herramientas tecnológicas se ha convertido en una de las principales alternativas para el comercio, es por ello que las empresas a nivel mundial utilizan distintas TIC's para comercializar sus productos. Las estrategias más utilizadas son Business to Business (B2B) y Business to Consumer (B2C) en el cual intervienen los procesos de compra y venta de los productos y servicios ofertados. Hinostroza (2017) afirmó que:

Durante los últimos años los Estados Miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) han acordado diversos compromisos internacionales asociados a facilitar y promover el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) para apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). (p.7)

El objetivo de la ONU es que todos los países se adapten a esta nueva era de la tecnología. El uso correcto y eficiente de las diferentes TIC's contribuyen al desarrollo de los distintos países a nivel mundial; a su vez facilitan el comercio internacional y las relaciones estratégicas para la optimización de recursos, las cuales permiten que los países desarrollados obtengan ventajas competitivas en el mercado.

Quiroga Parra, Torrent Sellens, & Murcia Zorrilla (2017) argumentan que Las tecnologías de la información y la comunicación-TIC generaron un dinamismo productivo, económico y social en los países desarrollados, desde las pasadas cuatro décadas, con la denominada revolución tecnológica digital e industrial. Estos hechos, transformaron a la par los procesos de innovación, de producción y los mercados globales (p. 1) causando mejoras en el comercio. Así mismo, los procesos críticos de ventas se llevan eficientemente permitiendo incrementar su cartera de clientes.

En el Ecuador, el uso de las herramientas tecnológicas ha incrementado especialmente en el área de comercio. De manera online ofertan sus productos y servicios a la demanda de consumidores: "El 55,6% de la población de Ecuador ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. En el área urbana el 63,8% de la población ha utilizado internet, frente al 38,0% del área rural" (INEC, 2016).

El internet es una herramienta principal en el desarrollo del comercio actual debido a los nuevos estilos de vida originados por el COVID, a los cuales los comerciantes deben adaptarse para que sus negocios perduren en el tiempo.

La inversión, aplicación, uso e impacto de las TIC's dentro del ámbito empresarial imprimen la diferencia entre el éxito y el fracaso de las organizaciones; es importante contar con un completo análisis de inversión para la adopción y uso de las TIC's, las mismas que pueden otorgarles a las empresas la capacidad de responder con más rapidez, menores costos y más calidad a las exigencias del entorno comercial (Costa, Armijos, Loaiza, & Aguirre, 2018, p. 3). El uso correcto de las TIC's en el comercio permite el desarrollo de los diferentes negocios de una manera eficiente.

En el informe del Gobierno sobre la situación en Ecuador por el Covid-19 registra 84 370 casos confirmados de la enfermedad (EL COMERCIO, 2020), es por ello que una gran cantidad de negocios han tenido que cerrar. Su principal causa ha sido la baja posibilidad de poder comercializar sus bienes y/o servicios considerando que la gran crisis económica ha sido a nivel mundial "La situación requiere aceptar que necesitamos adaptarnos a una nueva realidad que tendrá efectos adversos sobre la economía de manera sostenida y persistente" (Mideros, Fernández, Granda, & Contreras, 2020).

Este nuevo cambio, al cual es necesario adaptarse se refiere al uso de la tecnología al momento de ofertar un producto o servicio. La necesidad se origina debido a que muchos comerciantes mantienen sus negocios activos con ventas que no llegan a los porcentajes normales. Es decir, su promedio de ventas se ha visto reducido; esto se debe a que la comunidad acata normas de sanidad y distanciamiento.

En las actuales normas se presentan ciertas disposiciones. Una de ellas hace referencia a la capacidad máxima de personas en un establecimiento, causando que las ventas e ingresos de los comerciantes bajen.

Si bien es cierto la mayoría de comerciantes, dedicados a vender diferentes productos agrícolas y carnes, desconocen sobre el manejo de distintas redes sociales. “En el 2016, del 80,8% de las personas que tienen un celular activado (entre 35 y 44 años), el 50,4% poseen un teléfono inteligente (Smartphone)” (INEC, 2016), lo que provocaría la falta de implementación de una estrategia tecnológica de mercado muy importante hoy en día.

Cabe recalcar que el uso de herramientas tecnológicas es fundamental para que todo negocio crezca y pueda incrementar su cartera de clientes. Las herramientas tecnológicas más utilizadas actualmente son Facebook e Instagram, las cuales son plataformas donde se venden y compran productos mediante transacciones interbancarias.

Por tanto, esta investigación se centra en determinar ¿Cuál sería el nivel de conocimiento de las herramientas tecnológicas en los comerciantes del Mercado Las Manuelas?

Las TIC´s

En la actualidad, las herramientas tecnológicas son la parte esencial de toda organización. (Benjamín y Blunt, 1992, como se citó en Grande, Cañón & Cantón, 2016) declararon que las “Tecnologías basadas en los ordenadores y las comunicaciones por medio de estos, usadas para adquirir, almacenar, manipular y transmitir información a la gente y unidades de negocios tanto internas como externas en una organización” (p. 4).

El uso de estas, ha facilitado los procesos logrando la optimización de los recursos. Además, la comunicación entre clientes y empresas es más rápido, de modo que se logra atender a una mayor cantidad de cliente en menos tiempo. Es importante el uso de las

herramientas tecnológicas para lograr cambios positivos dentro de las pymes.

Comercio electrónico

En un mundo globalizado, las páginas webs y las redes sociales son utilizadas para las actividades de compra y venta de productos y servicios. Es por ello, que la mayoría de las empresas están implementando el comercio electrónico como una estrategia fundamental en sus procesos, esto permite posicionar sus negocios teniendo un mayor alcance de clientes. Una vez inmerso en el comercio electrónico, se pueden desarrollar diferentes estrategias para poder diferenciarse de la competencia.

En el caso del comercio electrónico, se selecciona una estrategia de liderazgo en costos ya que es donde los consumidores son sensibles a los precios, existen pocos cambios para lograr diferencias entre los productos y a los compradores no les interesa en gran medida las diferencias entre una marca y otra; además es un mercado en el cual existen una gran cantidad de compradores con un poder de negociación considerable (Bojórquez & Valdez, 2017, p. 114).

Se puede indicar que el comercio electrónico reduce el tiempo, costo y, a su vez, permite mejorar la calidad del servicio que se brinda. "Además, los expertos consideran que el CE debe estar apoyado en un sistema web, mediante el cual deben cubrirse aspectos como información de los precios, catálogo de productos, plataforma de tramitación de cobros y sistema de recepción de pedidos" (Gallegos, Bueno, & Terreño, 2016, p. 226) con el fin de brindar al cliente una facilidad en el manejo de las diferentes plataformas.

Drop-shipping

La pandemia ha provocado un gran impacto en el ámbito económico a nivel mundial. Por esa razón los comerciantes buscan estrategias y modelos de negocios en los cuales se reduzca sus costos, obteniendo de esa manera un producto más barato sin perder su calidad. Así mismo, se brinda a los clientes la facilidad de obtener sus productos sin necesidad de salir de casa. "Se define al Drop-shipping como un modelo de negocios electrónicos donde el envío de las mercancías es directamente desde el almacén del fabricante o mayorista hasta el cliente final, omitiendo el almacenaje por parte del vendedor" (Bojórquez & Valdez, 2017, p.114) considerando que los productos de venta son de consumo masivo y muchos de ellos al cabo de una semana, se deterioran.

Herramientas tecnológicas

Las herramientas tecnológicas son aquellas que permiten interactuar de manera más rápida con el usuario. Su uso y aplicación dentro del comercio permiten al consumidor realizar el proceso de compra, donde pueda ordenar, cancelar y recibir su compra sin salir de casa, lo cual, en la actualidad, se ha vuelto una actividad normal. Velastegui López & Toaquiza (2017) señalaron que:

El uso de las herramientas existentes en el medio tecnológico es y será un aspecto de desarrollo tanto económico, social, y laboral, haciendo de este proceso común a un proceso de mayor eficiencia al momento de desarrollar las actividades laborales dentro de una entidad administrativa y laboral. (p. 59)

Las herramientas tecnológicas son indispensables en el proceso de venta ya que permite optimizar recursos, como el tiempo y costos, dando como resultado la satisfacción del cliente.

Fidelidad del cliente

Dentro de la empresa un eje fundamental es el cliente. Es la persona que adquiere los diferentes productos o servicios ofertados. A su vez, es quien construye la reputación de todo negocio según el servicio recibido. Por lo tanto, es necesario ofrecer un buen trato para crear en él una fidelidad y la próxima vez, vuelva al mismo lugar a comprar. Se puede clasificar la fidelidad de cliente en tres fases.

Según (Caruana y Fenech, 2005, como se citó en Fandos, Estrada, Monferrer, & Callarisa, 2013) "La lealtad cognitiva es la primera fase de lealtad. Se fundamenta en la evaluación de las características propias de una marca que indica: que ésta es preferida a otras alternativas" (p. 112). En esta fase el cliente se fija en la calidad de producto que ofrece.

Por otra parte, (Yang y Peterson, 2004, y Caruana y Fenech 2005, como se citó en Fandos, Estrada, Monferrer, & Callarisa, 2013) afirmaron que la "Lealtad afectiva [...] se desarrolla una actitud hacia la marca, a consecuencia de una acumulación de experiencias de uso satisfactorias" (p. 112). En la presente fase el cliente se deja llevar por los sentimientos que ha tenido con el uso del producto.

Agregando a lo anterior, según (Johnson, Herrmann y Huber, 2006, y Wang, Liang y Wu, 2006, como se citó en Fandos, Estrada, Monferrer, & Callarisa, 2013) mencionaron "La lealtad conativa [...] aparece como el resultado de la repetición de episodios afectivos

positivos hacia la marca. La intención, por definición, implica un compromiso de recompra hacia una marca concreta” (p. 113). En esta fase, la fidelidad del cliente se da por el uso progresivo del producto que ha generado satisfacciones en él.

Estrategias de fidelización del cliente

Toda empresa desea posicionar su negocio y expandir su cartera de clientes. Es por esa razón que las ventas en línea han sido implementadas como una estrategia de ventas. “La tecnología es usada para la comercialización de productos y servicios, y gracias a esta se puede ofrecer un catálogo de productos de una tienda tradicional en una tienda virtual” (Espinoza Zallas & Flores Figueroa, 2018, p. 9).

Al empresario le otorgan la facilidad de realizar las mismas transacciones, pero con la optimización de recursos, dando como resultado beneficios para el negocio. La herramienta tecnológica más utilizada por multinacionales es el sitio web. Por medio de un sitio web una empresa da a conocer los productos o servicios que maneja. En ella dice lo que es, el porqué de su empresa, los objetivos, misiones, visiones y sus datos de contacto: la dirección, el teléfono y, entre otros, su correo electrónico. (Espinoza Zallas & Flores Figueroa, 2018, p. 6). Por otro lado, las redes sociales como Facebook e Instagram son utilizadas en mayor proporción por las microempresas.

Mercado de abasto

La investigación se llevará a cabo en el mercado de abastos Las Manuelas, lugar donde se realiza la compra y venta de productos de primera necesidad. Estas transacciones son realizadas diariamente de manera presencial. Los agentes que intervienen en las actividades

diarias son los comerciantes y consumidores. Según Robles (2014):

El mercado, como campo semántico, incluye al menos dos dimensiones. En primer término, el mercado es un lugar físico. Suele ser un edificio bajo techo o a cielo descubierto en plazas, calles o solares, donde se intercambian principalmente productos de alimentación perecedera no envasada procedentes de la tierra (frutas, hortalizas, verduras); de la ganadería animal (vacuna, avícola, etcétera); del mar (pescados y mariscos). En segundo término, los mercados de abastos son instituciones sociales. Agrupan a pequeños comerciantes organizados en asociaciones o gremios horizontales con autonomía y capacidad de acción y decisión sobre los asuntos que determinan su actividad social y económica. (p. 140)

Por lo tanto, con el conocimiento de los procesos críticos que se llevan a cabo en el presente segmento de mercado, se podrá definir las estrategias adecuadas para mejorar lo antes mencionado.

Mercado Las Manuelas

El Cantón Durán, localizado en la provincia del Guayas, cuenta con una población aproximada de 314 948 habitantes. El lugar donde se llevará a cabo la investigación será en el mercado de abastos Las Manuelas, conocido anteriormente como Cesar Yáñez, cuya ubicación es dentro del Cantón Durán en las calles Yaguachi y Cuenca.

El mercado se encuentra remodelado, por lo tanto, cuenta con aire acondicionado y escaleras eléctricas, brindando así un mejor ambiente a los clientes. El edificio posee una infraestructura de dos plantas con un amplio estacionamiento para el desembarque de productos y para comodidad de clientes.

Los productos que se comercializan son de primera necesidad tales como, legumbres, frutas, carnes, mariscos, etc. Adicional a ello, en la segunda planta se haya un patio de comidas, donde se pueden adquirir productos preparados para la alimentación del personal que asiste diariamente al mercado.

El mundo entero, incluido Ecuador, ha sido afectado por una pandemia denominada COVID- 19, la cual ha causado un impacto directo a la sociedad en aspectos económicos y sociales. Por ende, en el mercado las ventas se han reducido, debido a las normas implementadas por el COE. Así mismo, la sociedad trata de cuidarse y es por ello que evita ir a lugares de concurrencia masiva.

Por consiguiente, para mejorar las ventas de los comerciantes, es necesario la implementación del comercio en línea, ya que dará la posibilidad de poder llegar a más compradores de una manera eficiente. El mundo ha cambiado, las ventas en líneas han aumentado y es por ello que los mercados necesitan adaptarse al nuevo estilo de vida en el que se desenvuelve la sociedad.

Metodología

En el presente trabajo de investigación se analizó el conocimiento que poseen los comerciantes del mercado de abastos Las Manuelas, respecto al manejo de las herramientas tecnológicas (TIC's). La metodología aplicada fue de enfoque cuantitativa basada en la cuantificación de datos, pueden ser numéricos, con el fin de ser analizados estadísticamente para obtener resultados con exactitud, lo cual es necesario en el manejo de información.

Además, Kerlinger (2002) con un alcance exploratorio descriptivo, porque ayuda a poder determinar los resultados realizados

en la encuesta. “En muchas oportunidades el investigador puede estar interesado en caracterizar fenómenos, situaciones, eventos indicando sus rasgos más distintivos o diferenciadores” (Mousalli-Kayat, 2015, p. 10). Con el uso del método descriptivo se obtiene de manera más detallada la información al campo a investigar.

En el mismo orden de ideas, se usó un diseño no experimental transversal, las técnicas de recolección de datos fue la encuesta, se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (López Roldán & Fachelli, 2015, p. 8). La población objeto de estudio fueron los 392 comerciantes del mercado, de los cuales solo se logró encuestar a 43 comerciantes, esto se debió a las medidas restrictivas, se logró encuestar a la administradora del mercado.

Procedimiento

Teniendo los datos recopilados con la herramienta tecnológica se procedió a la exportación de la base de datos a Excel, luego se la codificó y trasladó al software estadístico SPSS versión v-22 donde la fiabilidad del instrumento es de 0.71. Cada pregunta que se realizó en la encuesta tuvo una valoración de acuerdo a la escala de Likert.

Resultados y discusión

Caracterización de la muestra

Se pudo identificar el sexo cada uno de ellos. El 53% corresponde a personas con el sexo masculino. El 47% corresponde a personas del sexo femenino. Lo cual expresa que por una variación mínima tanto hombres y mujeres laboran dentro del mercado, se pudo denotar el

estado civil de los comerciantes, más de la mitad de los comerciantes (51%) se encuentran casados; un 33% de los comerciantes están solteros; un 16% de los comerciantes son divorciados o viudos. La pregunta de nivel de educación de los comerciantes, se pudo conocer que el 67% de comerciantes tienen educación secundaria. El 23% solo ha estudiado en la escuela, el 9% poseen un título de tercer nivel. Lo que indica que la mayoría de comerciantes poseen conocimientos básicos en diferentes áreas.

En lo que respecta a la tenencia del puesto, los comerciantes supieron informar que el 56% de los comerciantes son propietarios del mismo. El 16% de los establecimientos son atendidos por empleados, y el 16% arriendan, lo que indica que las estrategias a implementar serán ejecutadas directamente por los propietarios de cada espacio.

Principales hallazgos

A continuación, se dará a conocer los principales hallazgos que dieron, paso a la propuesta de estrategias.

Tabla 1

¿Cómo observa la acogida de los clientes?

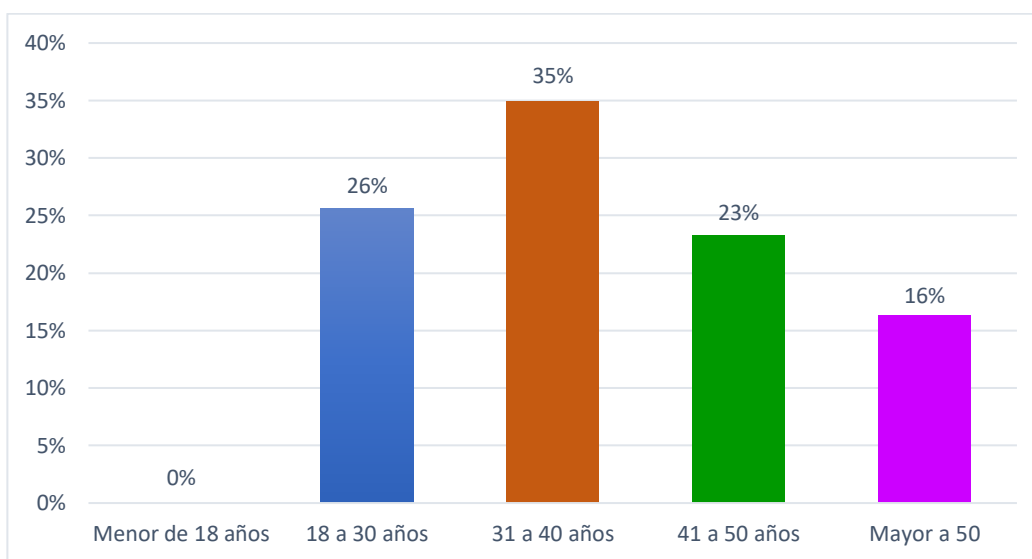
Acogida de clientes	Frecuencia	%
Buena	19	44
Mala	24	56
Total	43	100

Como resultado de la pandemia COVID- 19, ha habido una crisis a nivel mundial. La siguiente pregunta permite conocer la aceptación que tiene el mercado en el Cantón Durán desde la perspectiva de los

comerciantes. Los clientes han reducido notoriamente, por lo cual se puede afirmar que la acogida por parte de ellos en un 56% es mala. También se debe considerar el aforo permitido por las autoridades. Por otra parte, los comerciantes (en un 44%) consideran que la acogida por parte de los clientes es buena.

Gráfico 1

¿Cuál es su edad?



La pregunta permite identificar la edad promedio de los comerciantes que atienden en el Mercado Las Manueles, obteniendo como resultados, el 35% del total de encuestados corresponde a personas entre 31 a 40 años. El 26% son personas con edades entre 18 a 30 años. El 23% corresponde a comerciantes entre 41 a 50 años. Un porcentaje del 16% corresponde a comerciantes con una edad mayor a 50 años. El mayor porcentaje de comerciantes tienen una edad promedio entre 18 a 40 años.

Tabla 2

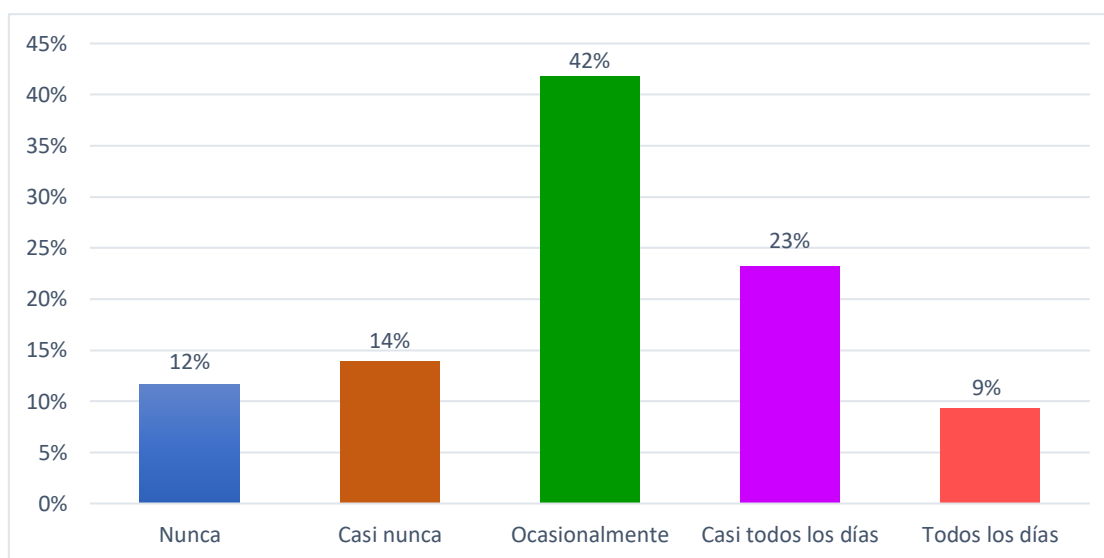
¿Usted dispone de un dispositivo electrónico con acceso a internet?

Dispositivo electrónico con acceso a internet	Frecuencia	%
Si	35	81
No	8	19
Total	43	100

Para la formulación de la propuesta de trabajo se necesita conocer si los comerciantes poseen un dispositivo electrónico, este debe contar con acceso a internet. Del total de encuestados, el 86% cumple con los requisitos. Un porcentaje mínimo no cuenta con un dispositivo electrónico con internet. Esto demuestra que los comerciantes poseen una herramienta fundamental que puede ser implementada en sus procesos de venta, con el fin de ofrecer sus productos en línea.

Gráfico2

¿Si cuenta usted con alguna red social activa, con qué frecuencia la utiliza?



Con la presente pregunta se puede conocer la frecuencia del manejo de redes sociales por parte de los comerciantes. Obteniendo un 26% de comerciantes que no usan redes sociales o las tienen creadas sin uso alguno. El 46% tienen perfiles creados, pero la utilizan de manera ocasional. El 32% son comerciantes con cuentas activas, lo que indicaría que el uso es frecuente.

Tabla 3

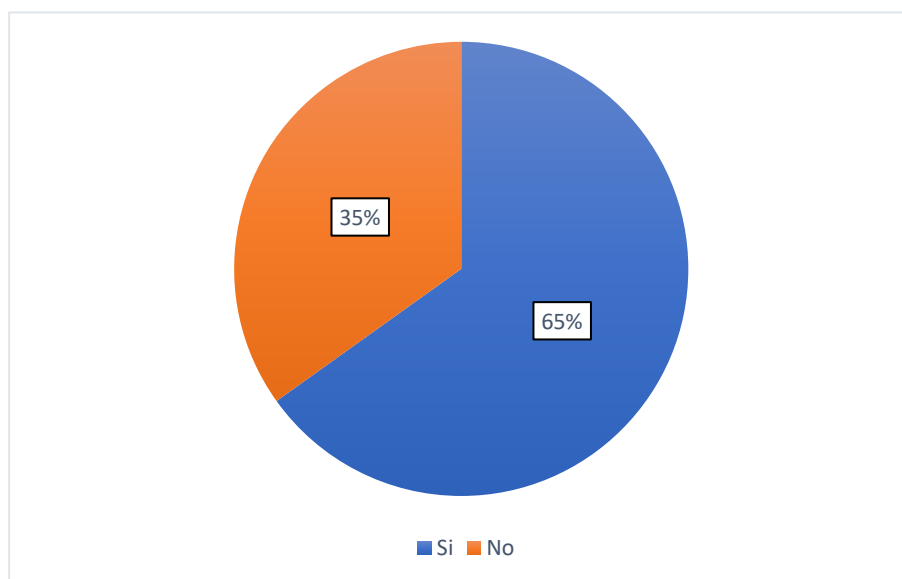
¿Qué tan difícil es para usted manejar las redes sociales?

Dificultad del manejo de redes sociales	Frecuencia	%
Muy difícil	3	7
Difícil	4	9
Neutral	24	56
Fácil	11	26
Muy fácil	1	2
Total	43	100

Con respecto a esta pregunta, los comerciantes dieron a conocer la dificultad que se les presenta al momento de utilizarlas. Solo un 16% considera que son muy complejas. El 56% las manejan si ninguna dificultades. El 28% está acostumbrado a utilizarlas. Como resultado se puede afirmar, que un mayor porcentaje de comerciantes cuentan con habilidades en el manejo de redes sociales.

Gráfico 3

¿Le gustaría a usted recibir una capacitación (de un día) para conocer el manejo de las redes sociales para ser utilizadas en ventas en línea?



El 65% de los encuestados están interesados en recibir capacitaciones sobre el manejo de redes sociales aplicado en ventas, mientras que un 35% no lo está. Como resultado final, se puede afirmar que se tendría éxito. Considerando que el proyecto es aceptado por la mayoría de los comerciantes. De la misma manera, otorgándoles beneficios para que puedan incrementar sus ventas.

Tabla 4

¿Estaría dispuesto usted a implementar las redes sociales como una estrategia de ventas para incrementar su cartera de clientes?

Implementación de redes sociales	Frecuencia	%
Si	34	79
No	9	21
Total	43	100

Basándose en los resultados obtenidos, se puede afirmar que la mayor parte de los comerciantes están interesados en implementar las redes sociales como una estrategia de ventas. La mayoría corresponde al 79% de encuestados. Sin embargo, un 21% no se encuentra dispuesto a implementarla por desconfianza, por lo que se debería motivarlos y mostrar los beneficios que podrán obtener con el manejo de las herramientas tecnológicas.

Adicionalmente en un coloquio con la administradora del mercado de abastos, supo acotar que el mercado cuenta con servicios de internet, de acceso libre para los comerciantes. Mostrándose a favor de la idea del proyecto sobre el diseño e implementación de herramientas tecnológicas para el incremento de ventas.

Discusión

Con los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado de abastos Las Manueles, se ha podido identificar la necesidad de cambiar sus procesos de ventas. Las ventas han disminuidos considerablemente.

Esto es el resultado de la pandemia que ha experimentado el mundo en los últimos meses. A causa del COVID-19, los negocios en línea son los más rentables motivos por el cual el ser humano se ha visto limitado por el virus existente.

Agregando a lo anterior, se pudo demostrar con las encuestas realizadas que los comerciantes están dispuestos a implementar las herramientas tecnológicas en sus procesos de ventas, con el fin de incrementar su cartera de clientes. Sin embargo, existe un desconocimiento parcial en el manejo de redes sociales por parte de ellos. Por esta razón, se ha visto la necesidad de que reciban

capacitación para el fortalecimiento de habilidades y conocimientos de esa manera, formar parte de un mundo globalizado.

Los comerciantes serán capacitados en una jornada de trabajo. La capacitación les permitirá a los comerciantes poder desenvolverse de una manera eficiente en las redes sociales, para que puedan promocionar sus productos a través de la misma. Es por ello, que se les ha facilitado un portal web diseñado con las necesidades del mercado el cual estará enlazado con los perfiles del mercado y de cada uno de los comerciantes. Los clientes solicitarán sus productos contactándose directamente con el comerciante. Los mismos llegarán a la puerta de sus hogares evitando así las aglomeraciones en el mercado.

Como conclusión, se puede afirmar que es importante que se ejecute la propuesta desarrollada en esta investigación, a fin que puedan innovar en la venta de sus productos, logrando captar la atención del cliente y ampliar sus ventas. Además, se sugiere que el administrador esté en capacitación constante sobre las herramientas tecnológicas para que vaya implementándolas en sus actividades diarias.

Como recomendación, se sugiere realizar seguimiento a los comerciantes sobre el manejo correcto de las herramientas tecnológicas para que en el caso de que se necesite una corrección sea realizado de manera inmediata, considerando que es importante que los comerciantes sean capacitados en atención al cliente para brindar un mejor servicio y crear una fidelidad.

Referencias

- Alcaldía de Guayaquil. (2020). *Alcaldía de Guayaquil*. Recuperado el 27 de agosto de 2020, de <https://guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>
- Anguita, J., Labrador, J., & Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Elsevier*, 31(8). doi:[https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)
- BBC News Mundo. (10 de Agosto de 2020). Contagio de coronavirus: los gráficos que muestran dónde se propaga más (y qué está pasando en América Latina). *BBC (British Broadcasting corporation)*. Recuperado el 17 de Agosto de 2020, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-53723975>
- Bojorquez , M., & Valdez, O. (2017). El comercio electrónico como estrategia. *RITI Journal*, 5(10). Recuperado el 27 de agosto de 2020, de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-ElComercioElectronicoComoEstrategiaDeInternacional-7107421.pdf>
- Costa Ruiz, M., Armijos Buitrón, V., Loaiza Andrade, F., & Aguirre Valdivieso Gonzalo. (10 de julio de 2018). Inversión en TICS en las empresas del. *ESPACIO*, 39(47), 5. Recuperado el 20 de agosto de 2020, de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p05.pdf>
- Diaz Bravo , L., Torruco García, U., Martínez Hernández , M., & Varela Ruiz , M. (julio - septiembre de 2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *ELSEVIER*, 2, 162-167. doi:10.1016/S2007-5057(13)72706-6
- El Consejo Del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Del Cantón Durán. (2018). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Durán*. Recuperado el 3 de septiembre de 2020, de Ordenanza # GADMCD-2018-010:

<http://www.duran.gob.ec/municipio/inicio/descarga/convocatoria/ordenanzas/2018/010-2018.->

- Espinoza Zallas, F., & Flores Figueroa, J. (2018). Estrategias de comercio electrónico: oportunidad de negocios en las empresas del sur de Sonora. *Revista Iberoamericana de las Ciencias Computacionales e Internacionales*, 7(13). doi:10.23913/reci.v7i13.78
- Estrada - Guillén, M., & Fandos - Roig, J. (2015). Análisis del entorno competitivo. En T. Vallet - Bellmunt, A. Vallet - Bellmunt, I. Vallet - Bellmunt, E. Casanova - Calatayud, V. Del Corte - Lora, M. Estrada - Guillén, . . . P. Monte - Collado, *Principios de Marketing Estratégico* (Vol. 1, pág. 212). Castellón de la Plana, España: Universitat Jaume I. doi:10.6035/Sapientia98
- Facebook for Business. (2 de enero de 2020). *Facebook for Business*. Recuperado el 26 de agosto de 2020, de <https://www.facebook.com/business/help/201828586525529?id=629338044106215>
- Fandos , J., Estrada , M., Monferrer, D., & Callarisa, L. (2013). Estudio del proceso de fidelización del consumidor final. *REMark - Revista Brasileira de Marketing*, 12(4), 127. doi:10.5585 /remark.v12i4.2500
- Fernández, E., & Ruiz, H. (2013). El concepto globalización: ¿Poblamiento o erosión semántica? La semántica de la globalización en el diario La Tercera, 1999 y 2004. *SciELO*(507). doi:10.4067/S0718-04622013000100009
- Gallegos , M., Bueno, S., & Terreño , J. F. (24 de septiembre de 2016). Motivaciones y barreras para la implantación del comercio electrónico en España: un estudio Delphi. *Estudios Gerenciales*, 32, 227. doi:10.1016/j.estger.2016.08.002
- Grande , M., Cañon , R., & Cantón, I. (2016). Tecnologías de la información y la comunicación: evolución del Concepto y características. *International Journal of Educational Research*

- and Innovation*, 13. Recuperado el 27 de agosto de 2020, de <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1703/1559>
- Guerrero Bejarano, M. A. (15 de febrero de 2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 9. doi:10.33890/innova.v1.n2.2016.7
- Hinostroza, J. E. (2017). *UNESCO Biblioteca Digital*. doi:<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000262862>
- INEC. (2016). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 6 de Agosto de 2020, https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- López , J. F. (9 de octubre de 2019). *Economipedia*. Recuperado el 1 de septiembre de 2020, <https://economipedia.com/definiciones/poblacionestadistica.html>
- López Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (1 ed., Vol. 2). Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado el 8 de septiembre de 2020, de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocqua_a2016_cap2-3.pdf
- Mideros , A., Fernández , N., Granda , F., & Contreras , J. (Abril de 2020). Crisis económica y pandemia COVID-19 en Ecuador 2020. *Research Gate*. doi:10.13140/RG.2.2.34603.80165
- Mousalli-Kayat, G. (15 de Octubre de 2015). *Research Gate*. doi:10.13140/RG.2.1.2633.9446
- Nieto, D., Gómez, N., & Eslava, S. (22 de diciembre de 2015). Psychological meaning of the concept of "research". *SciELO*. doi:<http://dx.doi.org/10.15332/s1794-9998.2016.0001.08>

- Ortiz, F. (2004). *Diccionario de metodología de la investigación científica*. Limusa Noriega Editores. Recuperado el 3 de septiembre de 2020, de https://books.google.com.ec/books?id=3G1fB5m3eGcC&pg=PA39&dq=libros+de+investigacion+definicion+de+encuesta&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=libros%20de%20investigacion%20definicion%20de%20encuesta&f=false
- Otzen , T., & Manterola , C. (marzo de 2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *SciELO*, 35(1). doi:10.4067/S0717-95022017000100037
- Parra , C., & Rodriguez, F. (junio de 2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 6(2). doi:10.19053/20278306.4602
- Perossa, M., & Waldman, P. (octubre de 2015). Conceptos preliminares de Economía. Tópicos y herramientas. *Research Gate*, 12. doi:10.13140/RG.2.1.3055.1760
- Quiroga Parra, D., Torrent Sellens, J., & Murcia Zorrilla, C. (Junio de 2017). Usos de las TIC en América Latina: una caracterización. *SciELO*, 25(2), 289 - 305. doi:10.4067/S0718-33052017000200289
- RAE. (2019). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 27 de agosto de 2020, de <https://dle.rae.es/venta>
- RAE. (2020). *Diccionario Panhispánico del español jurídico*. Recuperado el 27 de agosto de 2020, de <https://dpej.rae.es/lema/mercado-de-abastos>
- Robles , J. (2014). Mercados municipales y tecnologías digitales: entre el e-comercio y nuevas formas de convivencia. *SciELO*, 32(33). Recuperado el 27 de agosto de 2020, de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92122014000200007

- Sanchez, F. (15 de junio de 2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *SciELO Perú*. doi:<http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2020). *Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. Recuperado el 26 de agosto de 2020, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- SRI. (2020). *SRI*. Recuperado el 27 de agosto de 2020, de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Guía%20Tributaria%20-%20Deberes%20formales%20(personas%20naturales%20no%20obligadas%20a%20llevar%20contabilidad).pdf
- Supercías. (29 de mayo de 2019). *Supercías*. Recuperado el 27 de agosto de 2020, de Código de Comercio: https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Supercías. (2020). *Supercías*. Recuperado el 26 de agosto de 2020, de Código de Comercio: https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Velastegui López, E., & Toaquiza, I. (2017). Las herramientas tecnológicas al servicio de gestión empresarial y administrativa. *Visionario Digital*, 1(4), 74. doi:10.33262/visionariodigital.v1i4.258

CAPÍTULO 3

Gestión agroalimentaria



Relación entre el crédito bancario como indicador del acceso a la seguridad alimentaria y las exportaciones frutícolas ecuatorianas

Ec. Luis Roberto Asencio Cristóbal, MSc.

Docente de la Universidad de Guayaquil

luis.asencioc@ug.edu.ec

Walter Javier Caicedo Leones, MSc.

Docente de la Universidad de Guayaquil

walter.caicedo1@ug.edu.ec

Lady Isabel Mendoza Macías

Estudiante de la Universidad de Guayaquil

lady.mendozam@ug.edu.ec

César Eduardo Rodríguez Revelo

Estudiante de la Universidad de Guayaquil

cesar.rodriquezr@ug.edu.ec

Resumen

El crédito bancario es uno de los indicadores perteneciente a la dimensión de acceso económico y físico a los alimentos de la seguridad alimentaria y dentro del Sistema Financiero ecuatoriano existen instituciones que otorgan préstamos productivos para el desarrollo del sector frutícola. Por ello, el objetivo de la presente investigación es determinar la relación entre el volumen de crédito bancario como indicador del acceso a la seguridad alimentaria y las exportaciones del sector frutícola. Se realizó una investigación cuantitativa, de tipo descriptivo, con método de análisis, deductivo y usando como instrumento estadístico la correlación bajo el método Spearman, con los datos de las empresas de la provincia del Guayas-Ecuador. Los resultados, muestran que existe una correlación positiva entre el crédito bancario y las exportaciones frutícolas. Se concluye que las múltiples operaciones de créditos llevadas a cabo por las instituciones financieras conforman un componente trascendental para la producción y exportación de los productos del sector en estudio.

Palabras clave: crédito bancario, seguridad alimentaria, exportaciones, sector frutícola

Abstract

Bank credit is one of the indicators belonging to the dimension of economic and physical access to food of food security and within the Ecuadorian Financial System there are institutions that grant productive loans for the development of the fruit sector. Therefore, the objective of this research is to determine the relationship between the volume of bank credit as an indicator of access to food security and exports of the fruit sector. A quantitative, descriptive research was carried out, with a deductive analysis method and using the correlation under the Spearman method as a statistical instrument, with data from companies in the province of Guayas-Ecuador. The results show that there is a positive correlation between bank credit and fruit exports. It is concluded that the multiple credit operations carried out by financial institutions make up a transcendental component for the production and export of the products of the sector under study.

Key words: bank credit, food security, exports, fruit sector

Introducción

El acceso económico y físico a los alimentos es una dimensión de la seguridad alimentaria e incluye al financiamiento a través de productos bancarios, como uno de los indicadores de mayor relevancia para el cumplimiento de la seguridad alimentaria de las empresas. Por ello, el crédito bancario es de vital importancia dentro del desarrollo productivo y comercial de los productos frutícolas ecuatorianos.

Según, la Food and Agriculture Organization (2009) en una escala global, existe una necesidad cada vez mayor de invertir en agricultura debido al drástico aumento de la población mundial y a las cambiantes preferencias alimentarias de la creciente clase media en los mercados emergentes hacia productos agrícolas de mayor valor.

Las estimaciones sugieren que la demanda de alimentos aumentará en un 70% para 2050 y se necesitarán al menos \$ 80 mil millones de inversiones anuales para satisfacer esta demanda, la mayor parte de la cual debe provenir del sector privado.

Cabe recalcar que en Ecuador, el financiamiento dirigido a proyectos de producción y exportación, a través de créditos bancarios, tienden a ser para el sector agrícola en general y de acuerdo con el Banco Central del Ecuador (2021) los productos agrícolas tradicionales en el año 2020 tuvieron una participación del 21,63% sobre el total de las exportaciones y el sector frutícola no tradicional solo un 0,48%.

Esta situación inequitativa para el sector frutícola, se debe a una serie de variables, como por ejemplo el déficit en la productividad, el difícil acceso a los mercados, la falta de productos y servicios destinados al control y gestión de riesgos y el acceso limitado al financiamiento por parte de instituciones públicas y privadas (Corporación Financiera Internacional, 2014).

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO (2011) el acceso a los alimentos puede ser económico y/o físico. La falta de acceso económico se da cuando no existe el capital suficiente para producir productos que a su vez permitan una disponibilidad física suficiente para la población. Con mucha frecuencia, el acceso se analiza desde un enfoque de ausencia de solvencia económica de las personas para producir y a su vez alimentarse con regularidad, calidad y dignidad.

En ese sentido, problema de investigación se centra en el financiamiento crediticio otorgado a las empresas productoras y exportadoras de productos frutícolas no tradicionales con respecto a los créditos otorgados para el sector frutícola en general, por parte de

las instituciones públicas y privadas. Esta problemática, lo resalta el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias del Ecuador INAP, donde no solo consideran que el sector frutícola enfrenta los problemas antes mencionados, sino también problemas de productividad y escasa innovación. (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2016).

De acuerdo con la problemática planteada, se puede identificar que el crédito bancario es una fuente de financiamiento de mucha importancia para las empresas con visión exportadora, sin embargo, no hay equidad en el otorgamiento de los mismos, lo que limita a ciertas empresas del sector, a impulsar sus procesos de exportación.

En ese sentido, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera el crédito bancario se relaciona con las exportaciones frutícolas ecuatorianas?

Para ello, mediante el uso del coeficiente de correlación de Spearman, se pretende dar respuesta a la misma y obtener resultados para demostrar la importancia del crédito bancario en las organizaciones, que conlleve a incentivar a las empresas frutícolas no tradicionales en sus procesos de comercialización internacional, ya que sus ganancias aumentarían considerablemente.

En consecuencia, el propósito de la siguiente investigación es determinar la relación entre el volumen de crédito bancario con respecto a las exportaciones del sector frutícola no tradicional en la provincia del Guayas. Por consiguiente, se plantea la siguiente hipótesis: el volumen de crédito otorgado a los productores del sector frutícola no tradicional en la provincia del Guayas tiene una relación significativa y positiva con respecto a las exportaciones del sector.

Revisión literaria

Crédito bancario agrícola

El crédito Bancario agrícola, es un préstamo de mediano o largo plazo que es otorgado por las instituciones financieras de naturaleza pública o privada a los productores de recursos naturales agrícolas con el fin de aumentar su capital de trabajo y mejorar su liquidez. (Klein, Meyer, Hannig, & All, 2001)

El Sistema Financiero y en específico el sector Bancario se constituye en uno de los pilares para alcanzar la sostenibilidad y desarrollo en la economía de un país. De acuerdo con Macías (2010), el financiamiento al comercio exterior otorgado por las instituciones financieras permitió al sector dedicado a las exportaciones, tener ingreso a mecanismos de préstamos que se adapten a las necesidades de los solicitantes y paralelamente, les posibilita tener un correcto flujo de dinero en efectivo.

Del mismo modo, otro de los resultados positivos de dichos financiamientos, es que las dos partes se ven beneficiadas por las distintas maneras de pago que pueden ser usadas en las transacciones del negocio y que son favorables para el exportador como para el importador.

La gestión de la seguridad alimentaria

Se entiende por gestión de la seguridad alimentaria al conjunto de procesos que permite salvaguardar la producción inocua de alimentos (Arreaga, 2017).

En el concepto actual de seguridad alimentaria, se plantea cuatro dimensiones que deben cumplirse simultáneamente para cumplir con

los objetivos de la seguridad como tal. Dentro de las cuatro dimensiones, se encuentra; “el acceso económico y físico a los alimentos, la disponibilidad física de los alimentos, la utilización de los alimentos y la estabilidad en el tiempo de las dimensiones anteriores” (FAO, 2011).

En la tabla 1, se detalla las dimensiones indicadas y lo que comprende cada una de ellas:

Tabla 1

Dimensiones de la seguridad alimentaria

Dimensiones	Descripción
Acceso económico	Para alcanzar una seguridad alimentaria como tal, la gestión en la suficiencia y disponibilidad de alimentos es importantes, el diseño de políticas que se enfoquen en ingresos y gastos para lograr la adquisición de alimentos y disminuir la hambruna o desnutrición.
Disponibilidad física de los alimentos	La “oferta” dentro de la seguridad alimentaria corresponde a el nivel de producción de alimentos, los niveles de inventario y el comercio neto que tiene un país.
Utilización de los alimentos	La utilización de los alimentos se refiere al consumo, estado y poder de compra de dichos alimentos
Estabilidad en el tiempo	Se refiere a los factores de riesgo y la vulnerabilidad que puede existir al no tener acceso a los alimentos de forma periódica.

Nota. FAO, 2011

Indicadores de la seguridad alimentaria

Para Coterva (2020) las dimensiones que comprenden la seguridad alimentaria no tendrían el mismo grado de relevancia, dado

que, algunas dimensiones incluyen indicadores de análisis macroeconómicos y como consecuencia, su interpretación tiene como efectos causar impactos a los mercados y a la ciudadanía local, mas no genera una proyección con respecto a la relación de la seguridad alimentaria empresarial y el mercado internacional.

En la siguiente tabla se muestra los indicadores más importantes de cada dimensión:

Tabla 2

Indicadores de la seguridad alimentaria

Dimensiones	Indicadores (The economist y Corteva)
Acceso económico y físico a los alimentos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aranceles de importación agrícola. 2. Programas de redes de seguridad alimentaria. 3. Financiamiento para programas de redes de seguridad alimentaria. 4. Acceso a financiamiento y productos financieros para agricultores.
La disponibilidad física de los alimentos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suficiencia y adecuación de suministro. 2. Gasto público en investigación y desarrollo agrícola. 3. Infraestructura agrícola.
Consumo y utilización biológica de los alimentos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estándares nutricionales 2. Etiquetado nutricional de los productos 3. Monitoreo y vigilancia de inocuidad 4. Seguridad alimenticia 5. Mecanismos de seguridad alimentaria

Recursos naturales y resiliencia. (Estabilidad en el tiempo)

1. Dependencia de la importación de alimentos.
 2. Política nacional de adaptación agrícola.
 3. Crecimiento demográfico proyectado.
-

Nota. Corteva, Agriscience, 2020

De acuerdo a lo anterior, se puede observar que la primera dimensión referente al acceso económico y físico a los alimentos, es una dimensión de desarrollo económico y efecto local, ya que sus indicadores comprenden programas de financiamiento en redes de seguridad alimentaria y acceso a financiamiento que influyen de manera directa e indirecta en el crecimiento económico del sector.

Acceso económico y el financiamiento

El acceso económico se asocia con el capital suficiente para producir productos que a su vez permitan una disponibilidad física de alimentos suficientes para la población. Por tanto, el financiamiento a través de créditos bancarios, es de vital importancia para el inicio o reestructuración de proyectos de producción que incentiven las exportaciones frutícolas.

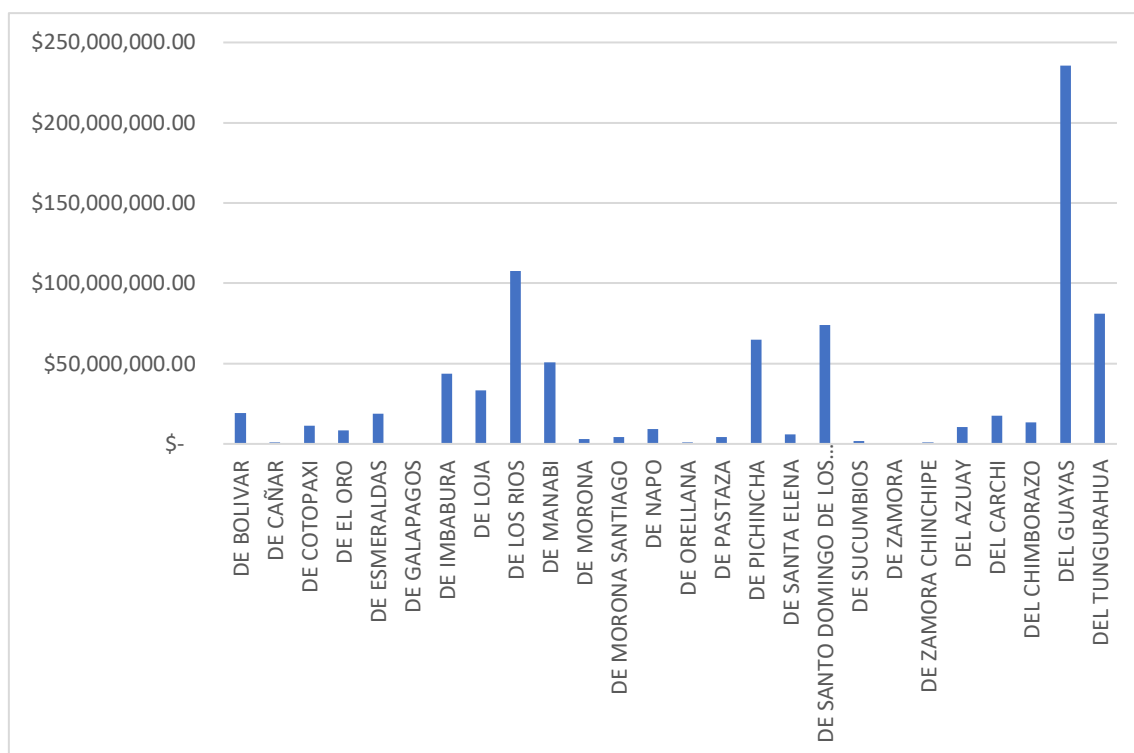
Según la Corporación Financiera Nacional CFN (2019) indica que el financiamiento a la diversificación de producción y exportación agrícola es de suma importancia para incrementar la producción y de esta manera llegar a más mercados internacionales, también indica que este tipo de financiamiento va dirigido a empresas productoras que busquen expandir sus exportaciones de productos ecuatorianos poco tradicionales que tengan presencia en los mercados internacionales, como por ejemplo: mango, piña, abacá, malanga, pitahaya, papaya,

pepino dulce, espárragos, guanábana, tomate de árbol, maracuyá y limones.

En ese contexto, en la siguiente figura se presenta el volumen de crédito por provincias y su participación en el sector frutícola no tradicional.

Figura 1

El volumen de crédito por provincia para el sector frutícola no tradicional 2007-2019



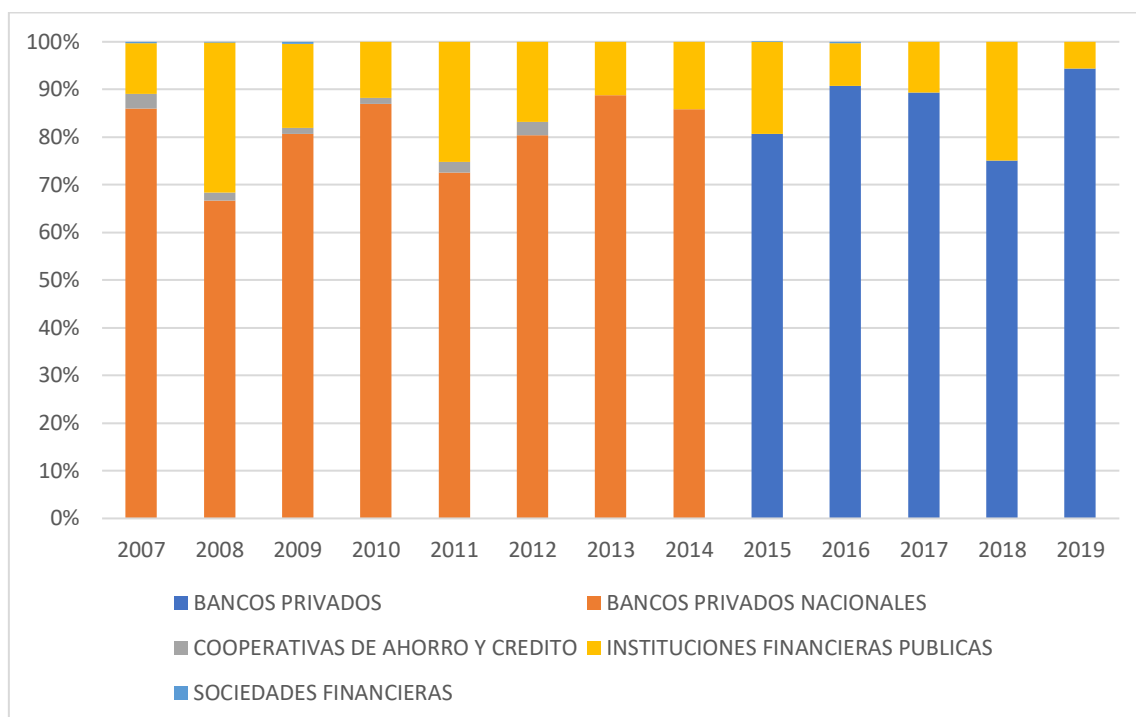
Nota. Superintendencia de Bancos, 2021

Se observa que la mayor parte del financiamiento crediticio está dirigido a la provincia del Guayas, evidenciando que es una de las provincias que posee mayor concentración de empresas o proyectos relacionados al sector frutícola exportador.

De igual manera, en la siguiente figura se refleja la distribución de crédito durante el periodo 2007-2019, destinado al sector frutícola no tradicional de la provincia del Guayas:

Figura 1

Volumen de crédito en la provincia del Guayas para el sector frutícola No-tradicional



Nota. Superintendencia de Bancos, 2021

Se observa que en los últimos años, el financiamiento y obtención de créditos del sector frutícola no tradicional, ha sido otorgado en gran proporción por la banca privada, con una baja participación del sector público. Según Rojas (2019) esta situación se debe al poco conocimiento de los empresarios sobre estos créditos bancarios, destinados a proyectos de producción agrícola para desarrollar actividades de comercio exterior; también a las garantías que exigen las entidades públicas para acceder a estos créditos de producción.

Exportaciones frutícolas no tradicionales de Ecuador

A continuación, en la tabla 3, se presentan los 10 principales productos del sector frutícola exportador de la provincia del Guayas, durante el periodo 2016-2020.

Tabla 3

Principales productos del sector frutícola exportador. Guayas-Ecuador, periodo 2016-2020 (Miles de millones)

Productos	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	Total FOB
Aguacates (paltas)	\$ 0,15	\$ 129.693, 70	\$ 140.723, 54	\$ 2.635.51 4,07	\$ 1.455.68 9,00	\$ 4.361.620 ,46
Granadilla (passiflora ligularis)	\$ 16.303,8 3	\$ 66.920,1 4	\$ 817.201, 96	\$ 3.122.74 8,00	\$ 3.750.85 8,35	\$ 7.774.032 ,28
Los demás	\$ 32.507.8 02,51	\$ 29.107.5 08,62	\$ 20.454.3 54,32	\$ 23.231.6 73,58	\$ 25.658.0 94,42	\$ 130.959.4 33,45
Mangos	\$ 41.623.4 47,04	\$ 41.450.4 26,96	\$ 39.184.3 64,48	\$ 38.918.1 29,78	\$ 40.656.4 60,41	\$ 201.832.8 28,67
Maracuyá (parchita) (passiflora edulis)	\$ 114.714, 24	\$ 2.437.49 4,19	\$ 1.443.83 3,58	\$ 1.434.50 5,79	\$ 3.955.40 2,99	\$ 9.385.950 ,79
Papayas	\$ 3.362.04 4,60	\$ 1.432.71 5,99	\$ 129.678, 20	\$ 111.335, 00	\$ -	\$ 5.035.773 ,79
Piñas (ananás)	\$ 37.293.1 46,93	\$ 44.215.3 59,59	\$ 40.700.2 76,70	\$ 37.983.3 54,45	\$ 41.118.6 94,10	\$ 201.310.8 31,76
Pitahayas (cereus spp.)	\$ 786.762, 38	\$ 1.731.83 4,86	\$ 7.024.10 5,73	\$ 12.872.3 58,79	\$ 19.887.3 94,82	\$ 42.302.45 6,58
Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (cyphoman dra betacea)	\$ 431.131, 09	\$ 474.242, 74	\$ 436.410, 71	\$ 2.352.33 0,21	\$ 2.220.43 5,00	\$ 5.914.549 ,75
Uvilla	\$ 159.707, 68	\$ 1.243.30 5,56	\$ 1.140.18 1,84	\$ 629.723, 70	\$ 715.375, 19	\$ 3.888.293 ,97
Total general	\$ 116.295. 060,45	\$ 122.289. 502,35	\$ 111.471. 131,06	\$ 123.291. 673,37	\$ 139.418. 404,28	\$ 612.765.7 71,51

Nota. Banco Central del Ecuador, 2021

Así mismo, en la siguiente tabla, se presenta los principales destinos de exportación de los productos del sector frutícola ecuatoriano:

Tabla 4

10 principales países importadores de frutas no tradicionales

N°	PAIS	VALOR FOB \$	Porcentaje %
1	ESTADOS UNIDOS	339.377.130,89	51,98
2	CHILE	76.664.145,30	11,74
3	PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	45.424.283,97	6,96
4	BÉLGICA	37.124.273,24	5,69
5	ALEMANIA	26.712.483,20	4,09
6	ARGENTINA	23.611.130,79	3,62
7	REINO UNIDO	22.331.518,89	3,42
8	CANADÁ	18.862.116,29	2,89
9	NUEVA ZELANDIA	10.553.276,55	1,62
10	HONG KONG	7.463.447,64	1,14
	TOTAL	652.902.475,66	100,00

Nota. Banco Central del Ecuador, 2021

Se puede observar que Estados Unidos es el principal país comprador de nuestras frutas no tradicionales, representando el 51.96% de participación con respecto a los demás países.

De igual manera, en la siguiente tabla se presenta la participación de las exportaciones del sector frutícola de la provincia del Guayas, respecto al total de exportaciones de Ecuador, durante el periodo 2016-2020.

Tabla 5

Participación del sector exportador frutícola no tradicional de la provincia del Guayas Millones de USD

Año	Exp. Sector-Guayas	Exp. Nacional	Porcent. Partic
	\$	\$	%
2016	121.858.216,43	16.797.666.332,41	0,73
2017	124.376.801,19	19.092.352.245,18	0,65
2018	113.568.684,69	21.627.977.655,78	0,53
2019	128.026.658,75	22.329.379.218,52	0,57
2020	143.494.634,06	20.226.568.002,72	0,71
Total	631.324.995,12	100.073.943.454,61	0,63

Nota. Banco Central del Ecuador, 2021

Según los datos observados, se refleja un bajo nivel de participación del sector productor-exportador frutícola en la provincia del Guayas con respecto a las exportaciones nacionales, lo que refleja que existen varios aspectos a mejorar en la producción frutícola en esta provincia. Este bajo porcentaje, se puede asociar al limitado acceso crediticio por parte de los productores hacia el sector financiero y a la baja aplicabilidad de los productores hacia los créditos o proyectos de financiamiento que existen en el sector público.

Metodología

El diseño implementado en el presente trabajo, es de carácter cuantitativo, de tipo descriptivo, no experimental y correlacional aplicando el coeficiente de Sperman para establecer relaciones entre variables y permitir la predicción de futuros comportamientos a partir del conocimiento de datos presentes. Para ello, se ha tomado información estadística del Superintendencia de Bancos respecto al crédito bancario otorgado a las empresas frutícolas, así como del Banco

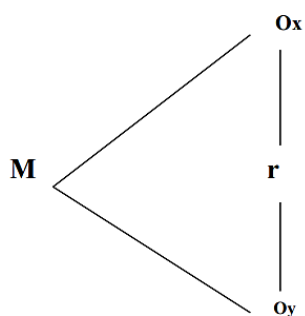
Central del Ecuador para las exportaciones del sector frutícola no-tradicional de la provincia del Guayas.

De acuerdo con Sousa, Driessnack, & Mendes (2007), los diseños no experimentales se utilizan para describir, diferenciar o examinar asociaciones, a diferencia de las relaciones directas, entre variables, grupos o situaciones. No hay asignación aleatoria, grupos de control o manipulación de variables, ya que estos diseños solo usan observación. Los diseños no experimentales más comunes son los estudios descriptivos o correlacionales.

La metodología aplicada en la presente investigación, se ilustra en la siguiente figura:

Figura 2

Esquema de diseño de investigación descriptivo correlacional



Nota. (Córdova, Salazar, & Ortiz, 2015)

M = Muestra/Sector frutícola exportador

Ox = Volumen de Crédito otorgado a las empresas

Oy = Exportaciones del sector Frutícola No tradicional

R = Correlación

Población y muestra

La población está conformada por las empresas del sector frutícola no tradicional de la provincia del Guayas. Según del Directorio de Exportadores de Proecuador (2020) existen 49 empresas exportadoras, representadas por el volumen de exportaciones. Se toma las exportaciones en los años 2007-2019 así como del volumen creditico otorgado a los productores del sector en estudio. Para el efecto, se utilizó la base de datos del Banco Central del Ecuador, para conocer el comportamiento de las exportaciones en el sector frutícola y los datos de la Superintendencia de Bancos para el registro del volumen de crédito otorgado.

Modelo estadístico de Spearman

El modelo estadístico implementado en el presente trabajo, es el coeficiente de correlación ρ (rho) de Spearman, debido a que el periodo de tiempo para el análisis comprende 13 años. Este método de correlación se usa cuando los datos presentan valores extremos, o ante distribuciones no normales; o cuando la muestra es entre 10 a 30 datos. (Ortega, Maria, & all., 2009).

Con base a lo indicado, el coeficiente de correlación de Spearman es un método alternativo que permite evaluar la correlación entre variables con distribución no normales, o cuando la muestra de la población está entre los 10 a 30 datos. El modelo estadístico correlacional ρ (rho) de Spearman tiene la siguiente fórmula:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_t^2}{n^3 - n}$$

Para saber si los datos de las variables tienen una distribución normal o no, se utilizó el programa estadístico Jasp Software y los datos fueron sometidos al test Shapiro-Wilk (Test for Bivariate Normality) donde se interpretará lo siguiente: Si P es menor a 0,05 entonces los valores de las variables poseen características de distribución no normales. Por otra parte, si el valor de P es mayor a 0,05 entonces los valores de las variables tienen características de distribución normal.

Del mismo modo, a continuación, se presenta, la escala de medición, para interpretar la correlación Rho de Spearman:

Tabla 6

Escalas de medición de la correlación de Rho de Spearman

Escala 1: Naturaleza del coeficiente	Escala 2: Tendencia de correlación	Escala 3: Nivel de la correlación	Escala 4: Rango Relación
El coeficiente de correlación oscila entre -1 y +1, el valor 0 que indica que no existe asociación lineal entre las dos variables en estudio.	<ul style="list-style-type: none"> • Correlación negativa perfecta = -1 • Correlación negativa fuerte moderada débil = -0,5 • Ninguna correlación = 0 • Correlación positiva moderada Fuerte = +0,5 • Correlación positiva perfecta = + 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Perfecta $R = 1$ • Excelente $R = 0.9 < = R < 1$ • Buena $R = 0.8 < = R < 0.9$ • Regular $R = 0.5 < = R < 0.8$ • Mala $R < 0.5$ 	<ul style="list-style-type: none"> • 0 - 0,25: Escasa o nula • 0,26-0,50: Débil • 0,51- 0,75: Entre moderada y fuerte • 0,76- 1,00: Entre fuerte y perfecta

Nota. Ortega, Maria, & all., 2009

Cabe indicar que, cuando el coeficiente de Spearman es cercano a "-1" existe correlación entre las variables, pero en una asociación negativa. Cuando el valor del coeficiente es "0", no existe correlación entre las variables, es decir ni una de las variables se ven influenciada de una forma creciente o decreciente. Por último, si el valor del coeficiente es cercano a "1", existe una correlación positiva entre las variables, por lo tanto, el incremento de una variable influye en el crecimiento de la otra (Ortega, Maria, & all, 2009).

Resultados

Análisis descriptivo de las variables

De acuerdo con la información de la Superintendencia de Bancos y el Banco Central del Ecuador, en la tabla 6 se puede observar los datos provenientes de las variables con respecto a cada año, desde el 2007 al 2019.

Tabla 7

Datos de las variables volumen de crédito y Export del sector frutícola No tradicional 2007-2019 (miles USD)

Año	Volumen de crédito (X)	Expor- Frut. No tradic. (Y)
2007	\$ 6.101,47	\$ 82.075,88
2008	\$ 11.584,87	\$ 77.345,27
2009	\$ 8.973,82	\$ 93.294,21
2010	\$ 9.006,96	\$ 85.387,36
2011	\$ 7.637,34	\$ 98.588,34
2012	\$ 7.009,85	\$ 102.850,29
2013	\$ 14.788,05	\$ 94.346,08
2014	\$ 6.988,15	\$ 101.425,48
2015	\$ 9.001,40	\$ 115.357,01
2016	\$ 27.214,91	\$ 132.084,26
2017	\$ 70.515,43	\$ 142.472,48
2018	\$ 25.701,58	\$ 148.869,22
2019	\$ 31.230,58	\$ 180.144,37

Nota. Superintendencia de Bancos (2021) y BCE (2021)

Análisis del tipo de distribución

En la tabla 7, se presenta el resultado del test Shapiro Wilk, aplicado a la variable independiente, volumen de crédito (X) así como a la variable dependiente Exportación de Frutas No tradicionales (Y); previo a la obtención del coeficiente de correlación.

Tabla 8

Shapiro-Wilk Test for Bivariate Normality

Variables		Shapiro- Wilk	p
Volumen de crédito	- Expor- Frut. No tradi	0.604	< .001

Nota. Programa estadístico JASP

De acuerdo el resultado obtenido de 0.604, se puede observar que "p" es menor que 0,05, lo que refleja que los datos correspondientes a las variables de estudio, no tienen una distribución normal. Por otra parte, al tener una población menor a 30 pero mayor a 10, se tiene los argumentos suficientes para aplicar una prueba de Spearman rho, al presente estudio.

Coefficiente Correlación Spearman

Luego de conocer el valor de Shapiro-Wilk (Test for Bivariate Normality) de las variables en estudio, se procede a calcular el coeficiente de correlación, mismo que muestra el siguiente resultado:

Tabla 9*Correlación de Spearman*

VARIABLES				Spearman's rho	p
Volumen de crédito	-	Expor- No tradi	Frut.	0.571	0.045

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Nota. Programa estadístico JASP

Como se puede observar, el resultado del coeficiente de Spearman entre las variables de estudio es de 0,571, lo cual indica que existe una correlación con tendencia positiva. Es decir, al incrementarse el volumen de crédito bancario a los productores de frutas no tradicionales en la provincia del Guayas, también se incrementarán las exportaciones del sector. De igual forma el nivel y rango de la correlación esta entre moderada y fuerte debido a que cumple la escala entre 0.05 y 1.

De igual manera, en la siguiente en la figura, se puede observar el comportamiento y asociación de las variables mencionadas.

Figura 3

Correlación entre el volumen de crédito y las exportaciones en el sector frutícola No-tradicional en la provincia del Guayas (2007-2019)



Nota. Programa estadístico JASP

En la figura anterior, se presenta el Volumen de crédito en el eje de las X, y en el eje de las Y se presenta la proyección de las Exportaciones de Frutas No tradicionales.

De acuerdo con la ubicación de los puntos y la línea de tendencia obtenida, se puede afirmar que estas variables están relacionadas y tienen tendencia positiva. Además, la correlación es moderada y suficientemente fuerte para sustentar una tendencia positiva.

Contraste de Hipótesis

Para el contraste de hipótesis del estudio, se planteó el siguiente sistema de hipótesis, con un nivel de significancia del 5%:

H0: No hay asociación entre las variables

H1: Si hay asociación entre las variables

Para el realizar el contraste de hipótesis es necesario tomar el valor de "P valor" para aceptar o rechazar H0, es decir, si el valor del p-valor es menor a 0,05 se rechaza H0 y se acepta H1; caso contrario se acepta H0 y se rechaza H1. El valor P, es aquel que permite determinar si existe o no correlación entre las variables puesto que el valor de "R" puede variar y es posible que los valores sean cercanos o no a "0", pero que exista o no exista una correlación entre las variables; es decir, aunque muestren una tendencia, las variables pueden o no estar relacionadas. En ese sentido, el valor de "R" permite determinar la tendencia y la fuerza de la correlación.

De acuerdo con los resultados obtenidos, el valor de P es de 0,045 (tabla 8), es decir menor a 0,05. Esto significa que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa. Es decir que al negar que no existe asociación entre las variables, es evidente que las variables volumen de crédito y exportaciones, están relacionadas entre sí. En consecuencia, se confirma la hipótesis planteada del presente estudio.

Discusión de resultados

De acuerdo con la revisión bibliográfica, el acceso al financiamiento por parte de los productores frutícolas en las instituciones públicas y privadas, es un indicador importante de la dimensión de acceso físico y económico de la seguridad alimentaria. Esta situación se refleja en la práctica con los resultados obtenidos de la correlación, en donde se comprueba que el indicador del financiamiento al crédito influye de forma directa en el incremento de las exportaciones del sector frutícola.

Sin embargo, el financiamiento bancario para el sector frutícola no es equitativo en todas las provincias del país. Así, por ejemplo, en la figura 2 se puede observar que la provincia del Guayas, tiene mayor participación dentro del país. En ese sentido, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2021) indica que la producción del sector frutícola varía con respecto a la cantidad de crédito, no de igual medida, pero sí en proporción. Por ello, el financiamiento debería ser creciente para todos los segmentos para mejorar el desarrollo del sector, ya que se ha demostrado que el crédito incide positivamente en la producción y comercialización.

Así mismo, es notorio que el monto de crédito que se le otorga a los productos tradicionales del sector frutícola es mayor que el que se le otorga al sector no tradicional. Así, por ejemplo, el monto crediticio para los productos tradicionales (banano, café y cacao), fue de \$102.234.502,58 en el año 2019; mientras que el sector frutícola no tradicional (conformado por las frutas no tradicionales) tuvieron un monto de \$6.101.474,17 en el mismo año. Este desequilibrio crediticio tiene una diferencia del 94,03%; es decir, el sector frutícola no tradicional en la provincia del Guayas solo recibe un 5,97% de lo que recibe el sector frutícola tradicional.

Conclusión

El crédito bancario es uno de los indicadores de mayor importancia dentro del acceso económico de la seguridad alimentaria, y las variables volumen de crédito y Exportación están relacionadas entre sí, lo que se evidencia en una correlación con tendencia positiva. Por ello se deduce que, al incrementar el volumen de crédito a los productores de frutas no tradicionales en la provincia del Guayas, incidirá positivamente en el aumento de sus exportaciones.

También, se evidencia que el sector frutícola no tradicional tiene una participación menor al 1% con respecto al crédito destinado a incentivar las exportaciones de todo el sector, lo que denotaría un acceso limitado al financiamiento de proyectos para las empresas de este sector, por parte de las entidades financieras públicas y privadas o que las empresas deben adaptarse y cumplir con los requisitos de la banca para obtener créditos productivos.

Finalmente, los resultados presentados pueden servir para futuras investigaciones, puesto que, si el financiamiento tiene una relación directa sobre la producción y comercialización, entonces se pueden buscar estrategias para igualar el nivel de financiamiento a todas las empresas frutícolas de la provincia del Guayas y a otras regiones del país.

Referencias

- Arreaga, L. F. (agosto de 2017). Repositorio UG. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/23040/1/TESIS%20FINAL.pdf>
- (FAO), O. d. (2011). *La seguridad alimentaria: información para la toma de decisiones*. CE-FAO. Recuperado el 29 de Abril de 2021, de <http://www.fao.org/3/al936s/al936s00.pdf>
- Arreaga, L. F. (Agosto de 2017). *Repositorio UG*. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/23040/1/TESIS%20FINAL.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (Febrero de 2021). *Estadísticas del comercio exterior*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/comercio-exterior>
- Banco Central del Ecuador. (Mayo de 2021). *Información Estadística Mensual* No. 2031. https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IE_Mensual.jsp
- CE-FAO. (2011). *La Seguridad Alimentaria: información para la toma de decisiones* Guía práctica. <http://www.fao.org/3/al936s/al936s00.pdf>
- Córdova, M., Salazar, L., & Ortiz, Y. (2015). *Repositorio.Une.Edu. Las estrategias cognitivas de aprendizaje y su relación con la*

- comprensión de textos en inglés en los estudiantes del tercer grado:*
<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/201/Tesis%20Leslie.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- CORONE, J. Y. (2019). *Repositorio PUCESE*.
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1798/1/ROJAS%20CORONEL%20%20JANETH%20YANINE.pdf>
- Corporación Financiera Internacional. (2014). *Acceso a las finanzas para pequeños productores agropecuarios*.
<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/21679>
- Food and Agriculture Organization. (13 de Octubre de 2009). *Foro de expertos de alto nivel "Como alimentar al mundo 2050"*.
http://www.fao.org/fileadmin/templates/wsfs/docs/Issues_papers/Issues_papers_SP/La_agricultura_mundial.pdf
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. (15 de Junio de 2016). *Noticias*. Obtenido de NIAP trabaja en el sector frutícola del país para fomentar producción sustentable:
<http://www.iniap.gob.ec/pruebav3/iniap-trabaja-en-el-sector-fruticola-del-pais-para-fomentar-produccion-sustentable/>
- Klein, B., Meyer, R., Hannig, A., & all..., A. (2001). Mejores Practicas del financiamiento agricola. *Replanteamiento de las Finanzas Agrícolas Vol 3*, 1-11. <http://www.fao.org/3/ak919s/ak919s.pdf>
- Macías, E. (2010). *Repositorio Ug*.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2196/1/Macias%20Pe%C3%B1afiel>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021). *Sistema de Información Agropecuaria*. Cifras Agroproductivas:
<http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas>
- Nacional, C. F. (2019). CFN Y MAG RESPALDAN LA DIVERSIFICACIÓN DE EXPORTACIONES AGRÍCOLAS. *CFN*.
- Ortega, M., Maria, R., & all., e. (2 de Junio de 2009). *Revista Habanera de Ciencias Médicas*. El coeficiente de correlacion de los rangos de spearman:
<https://www.redalyc.org/pdf/1804/180414044017.pdf>
- Sousa, V., Driessnack, M., & Mendes, I. (Junio de 2007). *Revista Scielo Brasil*. An overview of research designs relevant to nursing: Part 1: quantitative research designs:
<https://www.scielo.br/j/rlae/a/7zMf8XypC67vGPrXVrVFGdx/?lang=en>
- Superintendencia de Bancos. (Abril de 2021). *Estadísticas superbancos*. Volumen de crédito:
https://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portal estudios/?page_id=327
- The economist; Corteva Agriscience. (2020). *Global Food Security Index*. Exploring challenges & developing solutions:
<https://foodsecurityindex.eiu.com/>

Dicotomía industria quesera de Cuauhtémoc, Chihuahua-consumo. Anclaje de su competitividad

Dra. Laura Elizabeth Cavazos González

TecNM/Campus Cuauhtémoc

Instituto Tecnológico de Cd. Cuauhtémoc

lecg2003@hotmail.com

lcavazos@itcdcuauhtemoc.edu.mx

Resumen

La globalización conlleva a que las empresas regionales alcancen niveles de desarrollo acordes en la estructura administrativa, tecnológica y de comunicación con sus públicos. La mayoría de las queserías menonitas de Cd. Cuauhtémoc, Chihuahua registran procesos productivos artesanales y prácticas tradicionales de comercialización. El objetivo de esta investigación es diagnosticar la competitividad en el sector queso menonita de Cuauhtémoc, Chihuahua basándose en el análisis de la industria y del mercado, para lo cual se aplicó una metodología cuantitativa, encuestando y entrevistando a los gerentes y dueños de 26 queserías y 100 consumidores. Se analizaron los datos con el software SPSS. Los resultados indican que siguen siendo empresas con estructuras tradicionales, sin tecnificación y reacios al cambio. Sin embargo, los consumidores califican al queso menonita como un producto de calidad y gran sabor. Prevalece una transformación para lograr un desarrollo en la región al modernizar sus procesos, sin alterar las fortalezas del queso y la oferta de sus otros productos lácteos, diseñando estrategias de comunicación que maximicen esta dicotomía queseros-compradores.

Palabras Clave: competitividad, comunicación, consumo, estrategia, industria

Abstract

Globalization leads regional companies to reach levels of development in accordance with the administrative, technological and communication structure with their audiences. Most of the Mennonite cheese factories in Cd. Cuauhtémoc, Chihuahua register artisan production processes and traditional marketing practices. The objective of this research is to diagnose the competitiveness in the Mennonite cheese sector of Cuauhtémoc, Chihuahua based on the analysis of the industry and the market, for which a quantitative methodology was applied, surveying and interviewing the managers and owners of 26 cheese factories and 100 consumers. Data were analyzed with SPSS software. The results indicate that they are still companies with traditional structures, without modernization and reluctant to change. However, consumers rate Mennonite cheese as a quality, great tasting product. A transformation prevails to achieve development in the region by modernizing its processes, without altering the strengths of cheese and the supply of its other dairy products, designing communication strategies that maximize this cheesemaker-buyer dichotomy.

Key words: competitiveness, communication, consumption, strategy, industry

Introducción

Los mercados globales, donde es prácticamente libre tránsito de bienes y servicios, se traduce en una amplia gamma de opciones para el comprador, impactando a la industria local en un decremento considerable en sus ventas, instándoles a modernizar y desarrollar sus procesos para responder de manera oportuna el crecimiento mercadológico que se registra (Kotler, 2000) tanto en la estructura administrativa como en la tecnológica y de servicio postventa. En el diseño de formas innovadoras de ofertar sus productos, maximizan la calidad, a un costo adecuado y un gran servicio al cliente.

Ante estas modificaciones vertiginosas, el sector lácteo y específicamente el quesero, es uno de los que presentan más estragos ya que no se ha transformado de acuerdo a los requerimientos de su plaza (Amiot, 1991).

A través de los años, la producción y comercialización de la industria quesera ha evolucionado tanto en el papel que representa en la alimentación, como en las diversas marcas que compiten por la preferencia del cliente, quienes modifican sus preferencias al disponer a la vez de marcas extranjeras y a precios menores, alterando la participación de mercado.

La estrategia por excelencia en cuestión de posicionamiento de marca, es realizar el diagnóstico de percepción en su mercado meta, lo cual le permite a la empresa, clarificar su grado de competitividad en rubros como tecnología, mercadotecnia, sistemas administrativos y directivos para diseñar y aplicar estrategias competitivas y comunicativas de forma eficiente.

El papel de las tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) fueron de interés en el sistema económico, al traducirse éstas con carácter de dominio público, surgiendo el término "economía de la información", posicionando a algunos corporativos de la industria informativa en un mayor poder bajo estructuras de oligopolios o monopolios, supeditando el interés financiero al social.

Los medios de comunicación, controlados por los anunciantes dirigen sus guiones, tiempos de antena, secciones, contenidos e incluso los valores a promocionar de acuerdo a las indicaciones de éstos (Edward, McChesney, 1999). Además, señalan estos autores que los medios globales a través de la información o de la programación de

entretenimiento coadyuvan al establecimiento de un ambiente ideológico para la existencia de un orden social orientado a la obtención de beneficios (Edward, McChesney, 1999).

Los queseros menonitas artesanales de Cuauhtémoc, Chihuahua, obtendrían el signo distintivo y de sobrevivencia, combinando productos (en las presentaciones, sabores y variedades que demandan los cada día más exigentes consumidores) con estrategias mercadológicas en el marco cultural, económico y ecológico requeridos. El reto es grande, pero no imposible.

Planteamiento del problema

El municipio de Cuauhtémoc, Chihuahua, siendo un área eminentemente agrícola y frutícola, se ubica en la zona noroeste del estado, perteneciente al Norte de México, donde convergen algunas culturas, destacando la mestiza, tarahumara, china, española y menonita, esta última llegando desde Canadá en 1922 (Municipio de Cuauhtémoc, 2021) agregando a la vocación regional, la producción de queso (**conocido en el estado como menonita y en el resto del país como Chihuahua o cheddar) siendo un distintivo a nivel internacional.**

No obstante la magnitud del sector económico, los procesos productivos y de comercialización se realizan de manera artesanal, reflejando por ende, niveles de ventas muy inferiores a sus demandas y con esquemas laborales de tipo familiar. Destaca una desconexión de los productores con el gobierno, desconociendo los programas de apoyo que este ofrece.

Sobresale una apatía para potencializar sus fortalezas y escalar su producción. Si se transformara este escenario, repercutirá en un

desarrollo económico, sostenible, político, social y cultural, canalizando el producto y sus respectivas marcas a otras latitudes. Una estrategia innovadora para alcanzar ese posicionamiento, es diseñando programas y planes con una comunicación participativa (gobierno, proveedores, distribuidores, clientes entre otros).

Objetivo general

Diagnosticar la competitividad en el sector queso menonita de Cuauhtémoc, Chihuahua basándose en el análisis de la industria y del mercado.

Objetivos específicos

1. Determinar el posicionamiento actual del queso menonita en la región de Cuauhtémoc, Chihuahua.
2. Analizar la industria del sector queso regional de acuerdo a los principios de Michael Porter.

Hipótesis

El sector queso menonita artesanal de Cuauhtémoc, Chihuahua muestra un bajo índice de competitividad por no diseñar estrategias de mercadeo actualizadas, para enfrentar las marcas extranjeras, por no realizar investigaciones de mercado y no modernizar sus procesos productivos.

Contextualizando a la comunidad menonita

Lyon Francia en el año de 1117, da origen a esta comunidad, al formarse un grupo liderado por Petrus Waldnus, naciendo una nueva

religión. En el año de 1524, en Alemania, Menno Simonsz, ordenado en sus inicios como sacerdote católico, guio a la iglesia denominada anabaptista, estableciendo los ritos del culto, iniciándose de esta forma los menonitas (Ver Figura 1), una comunidad agrícola y pacifista. Este grupo ha sido perseguido desde el siglo XVI, obligándoles a migrar a distintas naciones como a los países bajos, Estados Unidos y Prusia (Cavazos, 2014).

Se trasladan a la fría Rusia en 1786 por desacuerdos con el gobierno prusiano. Para el año 1870 de nueva cuenta el gobierno los encamina a presentar el servicio militar y el Reino Unido, les ofrece una oportunidad de vida en Canadá, con la garantía de libertad social y religiosa. Hacia principios de los años veinte, del siglo XX, se presenta otra discusión con las autoridades canadienses, por la aplicación de la ley de que los programas escolares debían ser en inglés.

Migran por tren a Cuauhtémoc, Chihuahua en 1922, viviendo en los 86 denominados campos, con su propia estructura jurídica, social y religiosa; integrándose de forma activa en la comunidad. Los casi 90 mil menonitas de la región, se dedican principalmente a actividades agrícolas, manufactureras, conserva de frutas, embutidos, servicios restauranteros y productos lácteos, destacando el queso (Grupos Étnicos, 2010).

Metodología

Se ha diseñado una metodología encaminada a resolver la hipótesis. A continuación, se desglosa el tipo de investigación y los instrumentos utilizados.

Tipo de investigación

La investigación presentada es de tipo cuantitativo (encuesta aplicada a los queseros y consumidores) y descriptivo. Se recurrió a la observación directa en las áreas de producción y de oficinas y se realizaron entrevistas con los gerentes y/o dueños de dichas empresas, gestionando la información a través de una bitácora y grabaciones con el permiso expreso de ellos.

En la encuesta se aplicó la escala Likert. Para interpretar los datos, se utilizó como herramienta básica el SPSS 20.0 para Windows, complementando con Excel de Windows Millenium. El tamaño de muestra para los queseros fue de 26 empresas. El de los consumidores de 100. Nivel de confianza: 95% y margen de error: 3%

Resultados y discusiones

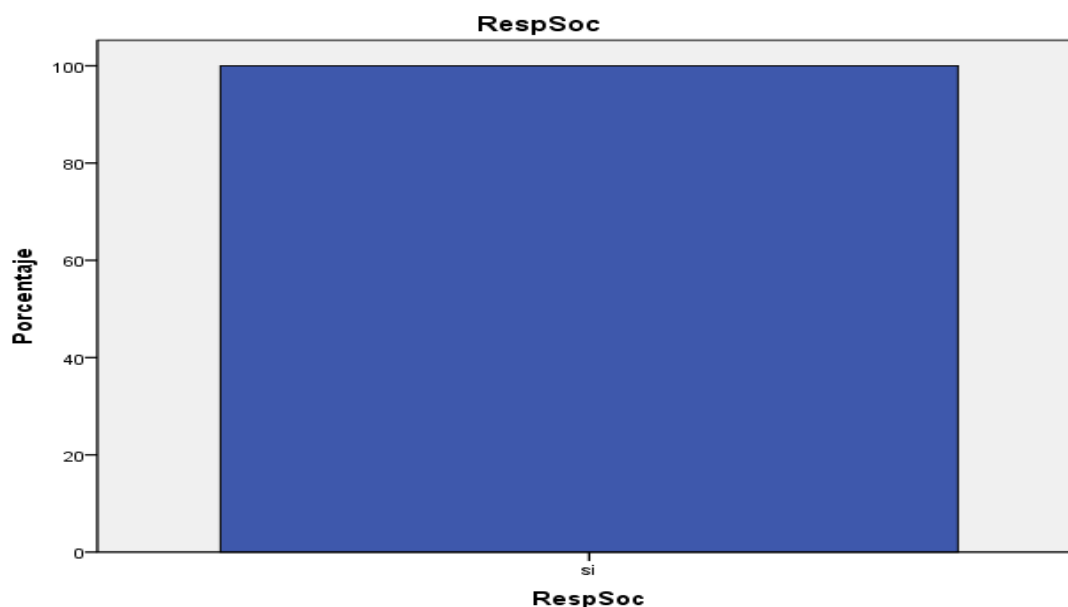
A continuación, se describe el análisis de los datos obtenidos, de acuerdo a la metodología ya explicada.

Resultados de la industria quesera menonita artesanal de Cuauhtémoc, Chihuahua

En la Figura 1 se observa que el 100% de las queserías realizan actividades relacionadas con la responsabilidad social.

Figura 1

Responsabilidad Social



Ninguna realiza investigación de mercados y no reciben solicitud de nuevos productos. El 100% vende solo en el mercado nacional y ninguno en alguna plaza internacional argumentando que no tienen capacidad para cubrir una mayor demanda. El 100% venden su producto en el Mercado local. El 75% contestó lo referente a los lugares donde se pueden encontrar sus quesos y coincidieron en que su mejor lugar de venta es en los supermercados de la ciudad (Ver Tabla 1).

Tabla 1

Dónde lo venden

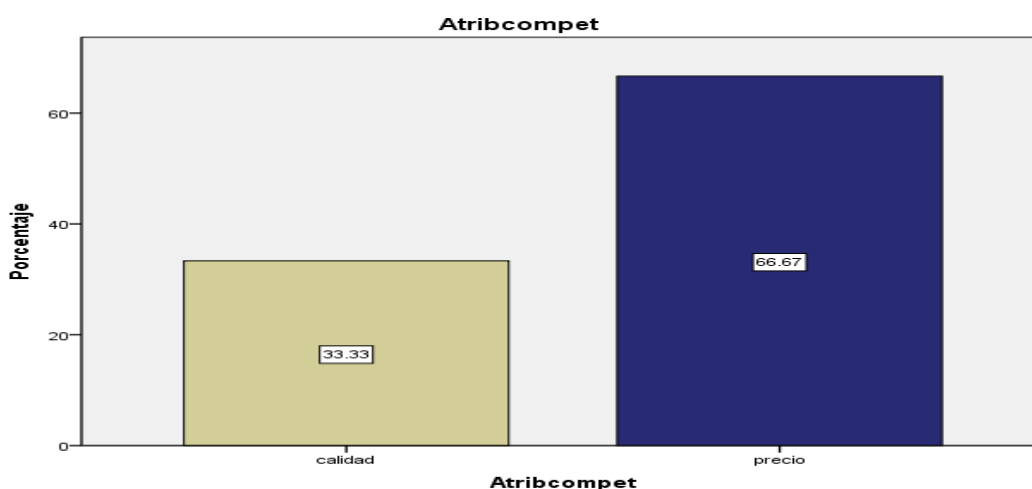
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	supermercados	3	75.0	100.0	100.0
Perdidos	Sistema	1	25.0		
	Total	4	100.0		

Se detectó que el 75% si tiene identificados a sus competidores, siendo estas empresas de marca reconocida y cuya característica principal es su tecnificación y que dominan el mercado nacional e internacional.

En la Figura 2 se muestra que el 33% de los empresarios considera que la competencia se posiciona por calidad, mientras que el 67% restante opina que es por la variedad de precios que manejan las otras marcas. La variable **calidad**, es la que sobresale para lograr la preferencia del cliente. Además, la presencia de productos sustitutos, la entrada de marcas extranjeras y con precios más competitivos y los consecuentes cambios de hábitos de consumo, incidió para que el 75% de los encuestados calificaran en una escala de 1 a 5 (uno lo menos y cinco lo más) con 3 (medianamente difícil) conservar la permanencia en el mercado.

Figura 2

Atributos que se distinguen en la competencia

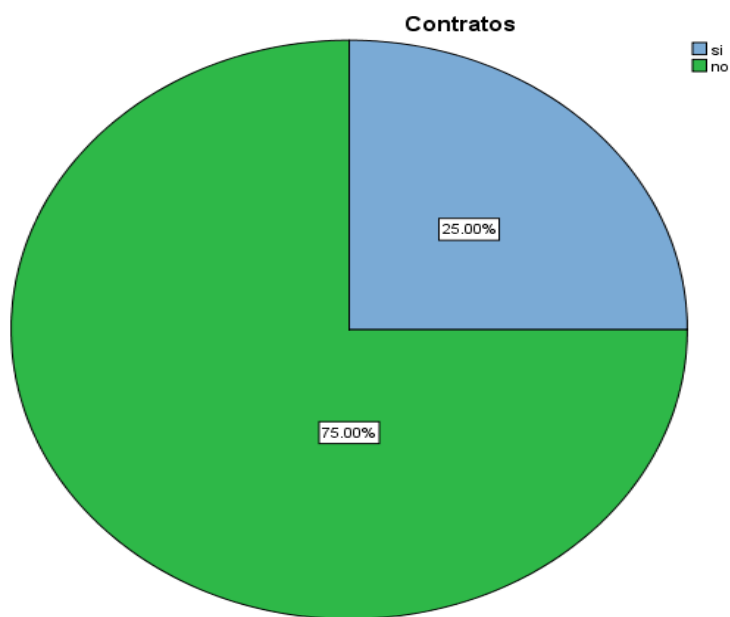


En la Tabla 2, al interrelacionar las variables selección de proveedores con requisitos, se establece que el 75% los selecciona de sus cooperativas. El 50%. El requisito indispensable, que pide la mitad de ellos es que la leche cuente con estudios de laboratorio. El 25% restante recolecta la materia prima de forma abierta y en su totalidad piden que sea transportada en tanques fríos. Solo el 25% celebra contrato con ellos para garantizar el abastecimiento. (Ver Figura 3)

			Requisitos			Total
			laborat	tanfri	o	
Selec proveed	cooperati va	Recuento	2	1	0	3
		% del total	50 .0 %	25.0%	.0%	75.0%
	Abierto	Recuento	0	0	1	1
		% del total	.0%	.0%	25.0 %	25.0%
Total		Recuento	2	1	1	4
		% del total	50.0 %	25.0%	25.0 %	100.0%

Figura 3

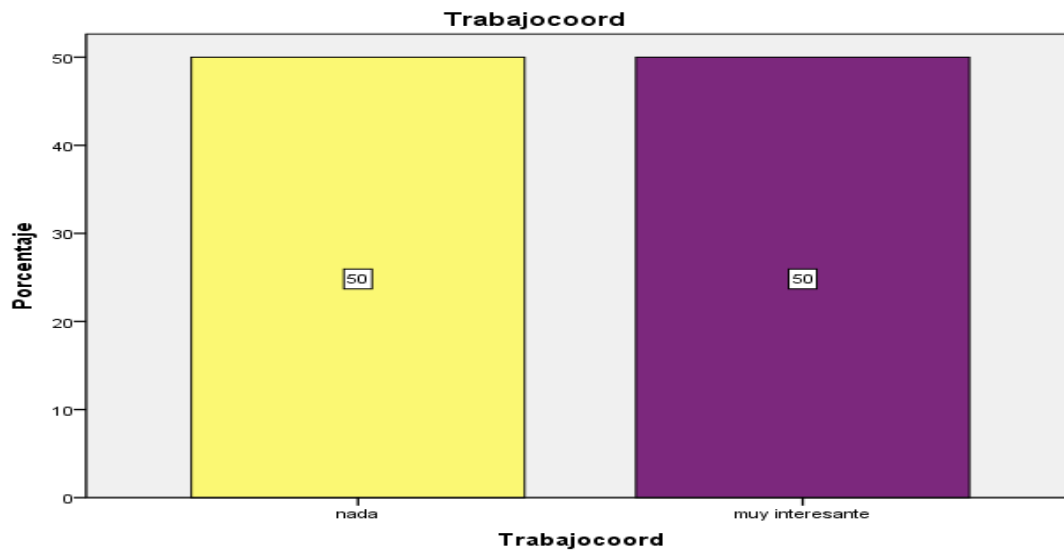
Contratos celebrados con proveedores



En cuanto a la posibilidad de formar una cadena de valor con los proveedores y trabajar de forma conjunta para generar valor hacia el cliente, las opiniones son muy contradictorias ya que al 50% le parece imposible y al otro 50% restante le parece una idea excelente (Ver Figura 4).

Figura 4

Factibilidad para trabajar de forma coordinada con proveedores



Con respecto al impacto de la norma 234-SSA1-2010, el 50% dijo que no porque ellos ya desde antes trabajaban con leche pasteurizada y el resto dijo que en las ventas o desconocer el tema (Ver Figura 5). El 25% mencionó conocer programas de apoyo a los queseros como los de FIRA (Fideicomisos Institucionales en Relación con la Agricultura), equipamiento, o los de SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación) (Ver Figura 6).

El 100% no solicita ninguna participación en ellos por creer que no serán candidatos. En relación a conocer alguna cuestión sobre acciones para promover las marcas chihuahuenses como la Caré Nije el 100% desconoce esta estrategia.

Figura 5

Impacto de las normas al sector

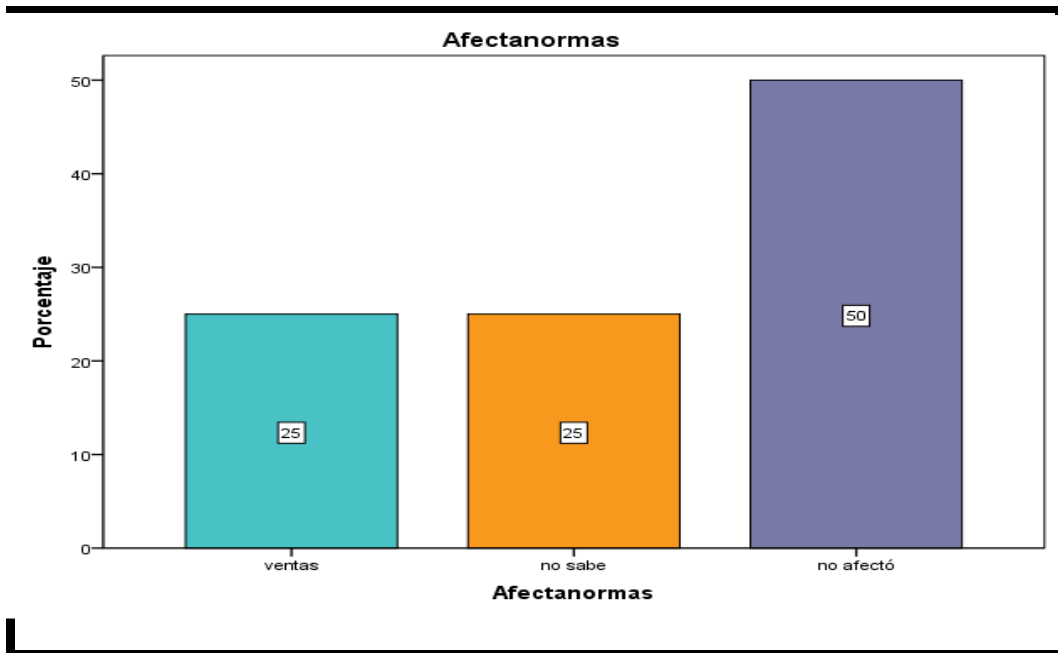
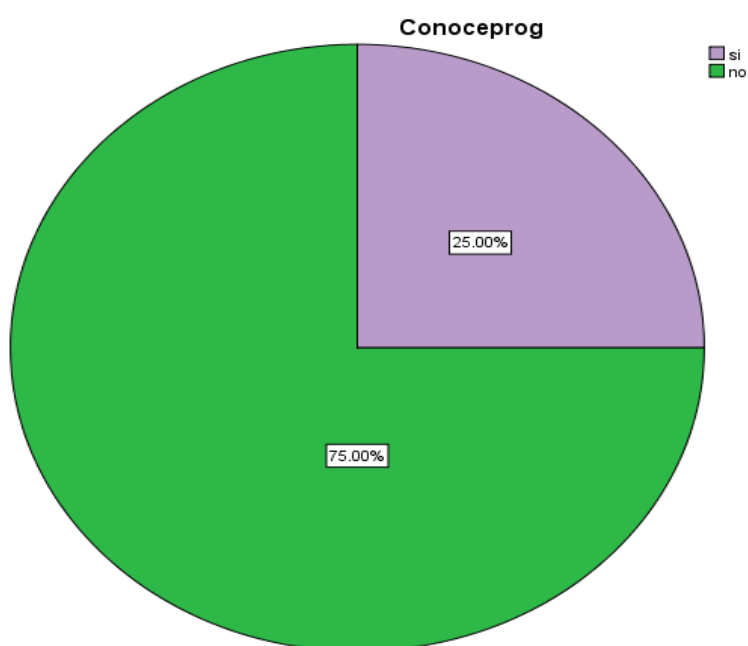


Figura 6

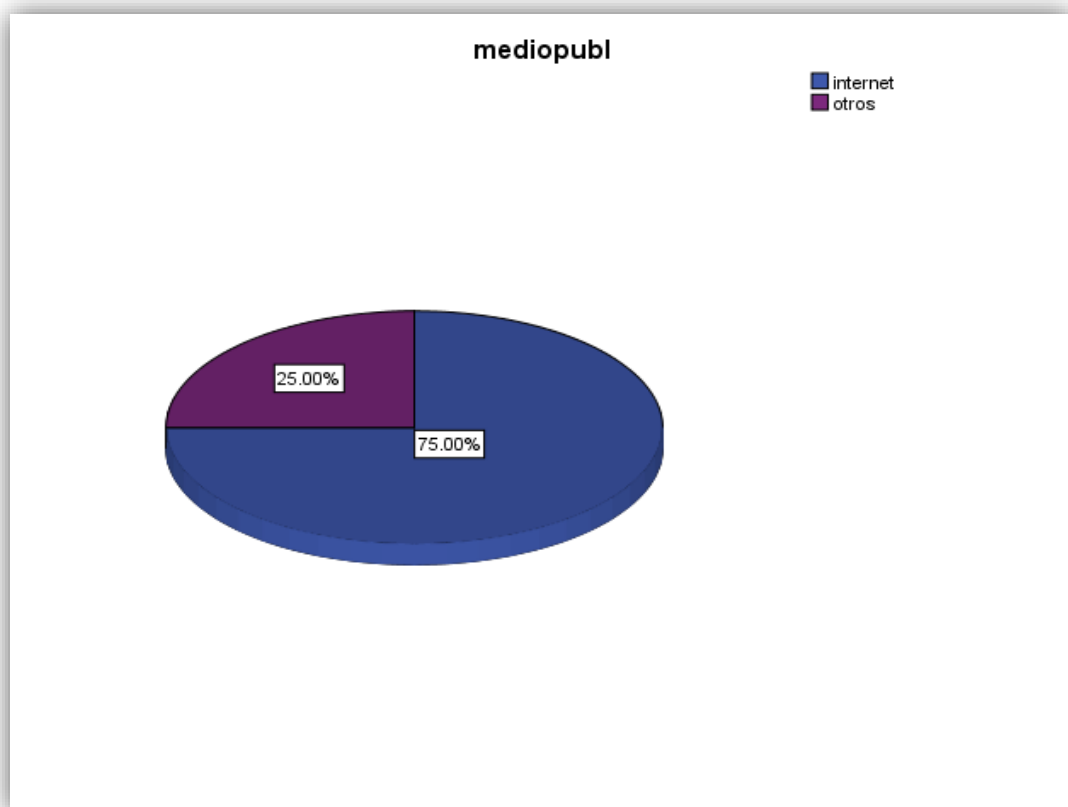
Quiénes conocen programas de apoyo del gobierno



El 100% desconoce el porcentaje de las ventas que la negociación destina al renglón de comunicación. El 75% utiliza como medio de publicidad las páginas comerciales de la red (Ver Figura 7). Solo el 50% cuenta con su página propia. El 50% que contestó sobre el atributo del producto que destacan en el mensaje publicitario la totalidad dijo centrarse en la marca lo cual no coincide cuando contestaron que ellos se querían posicionar por calidad. Esto indica una fuerte contradicción en las estrategias que desarrollan y ello los lleva a desaprovechar el recurso financiero y a perder mercado.

Figura 7

Medios utilizados para publicitarse



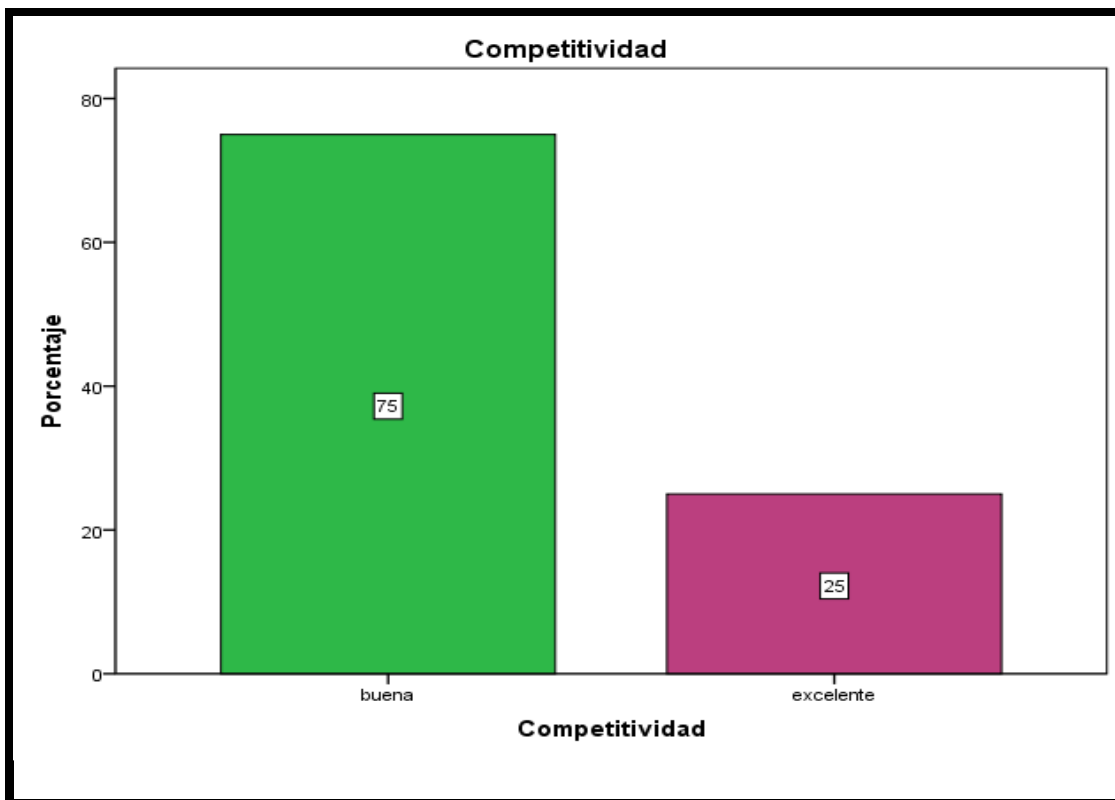
El 75% se autoevalúa con una buena competitividad, mientras que el 25% se autodefine como de excelente competitividad (Ver Figura 8). Se denota un alto grado de auto paternalismo porque siendo

conscientes de sus fuertes debilidades tanto internas como externas, se puntualizan como empresas competitivas.

Una de las razones posibles puede radicar en que sus marcas están bien posicionadas en el mercado nacional y local. Es menester trascender esa premisa porque la ventaja competitiva se conforma de diversas variables y si no se equilibra el avance en cada una de ellas, los resultados pueden ser adversos.

Figura 8

Auto calificación en Competitividad



En conclusión, los queseros artesanales de la región de Cuauhtémoc, Chihuahua, México, se autoevalúan como competentes en el desempeño comercial que ejercen. Esta perspectiva ha

repercutido en que el clúster no se modernice ni innove en estrategias no solo de comunicación con sus diversos públicos sino en las de planificación y gestión empresarial.

En relación a la **Competitividad**, desde la perspectiva de **Michael Porter** (1991) se destacan tres ventajas competitivas importantes en la Tabla 3, que permitirán trabajar en ello para que el sector de quesos en la región de Cuauhtémoc, Chihuahua aumente su productividad y por ende su competitividad tanto nacional como internacional cuándo se encuentre en mejores condiciones de exportar.

A partir de la apertura de los mercados, a causa del TLC, el sector de quesos en la región noroeste del estado de Chihuahua, ha sido afectado de manera significativa en la participación de mercado ya que se han incrementado el número de competidores no solo extranjeros sino nacionales. Como es en el mercado de libre competencia, la rivalidad entre los competidores a nivel nacional y estatal es alta pues cada negocio defiende, aún con estrategias improvisadas, su participación de mercado.

En relación a los competidores locales, es mínima, pues cada quesería tiene muy definida sus plazas y su mercado meta. Existe, además, un alto grado de solidaridad y protección, por lo que se le puede considerar un clúster. El poder negociador de los proveedores lecheros es determinante, sobre todo en empresas que no cuentan con su propio hato ganadero.

Un factor que disminuye el riesgo en la presente cuestión es que la formación cultural de los menonitas es de trabajar en equipo y no la de estropear los objetivos grupales. Se pueden presentar mayores problemas con los proveedores de maquinaria u otros insumos, pero a la fecha han sido mínimos.

Ante ello, la principal ventaja es el sabor y la tradición que imperan en el sector (corroborado por el mercado), solo que carece de herramientas mercadológicas (adecuada distribución, promoción intensa, producto más diferenciado, entre otros) para lograr un alto grado de diferenciación o concentrarse, por medio de productos adecuados, en un nicho de mercado con necesidades específicas, por ejemplo, las personas alérgicas a la lactosa.

Tabla 3

Enumeración de las Ventajas Comparativas y Competitivas

Ventajas Comparativas	Ventajas Competitivas
a) La cercanía geográfica para exportar a EUA.	a) Mantener el sabor del queso, aunque el proceso se tecnifique o se pasteurice la leche.
b) <i>Conocimiento del producto.</i>	b) Se cuenta con una eficiencia óptima en recursos humanos y energía.
c) Amplia experiencia.	c) Facilidad para trabajar en equipo.
d) Facilidad para contar con los insumos.	
e) Preferencia por el producto por parte del consumidor.	
f) Es la cuenca lechera más importante en el estado de Chihuahua.	

Nota. Investigación de Campo, 2017

El tipo de queso que se produce en las queserías es Chester, elaborado anteriormente con leche sin pasteurizar (Galicia, 2005) en un 82% y el resto cheddar, que registra un mínimo de 24% de proteína (Cenzano, 1998). En cuanto a la profundidad de línea hay una extensa variedad del queso: Desde el tradicional en ruedas de 9.5kg aproximadamente o barras de 2kg. en promedio (pueden ser con o sin cera), hasta el enchilado en una presentación de cajitas de madera con 1 kg aproximadamente.

En cuanto a la profundidad de la oferta total, el 25% incluye: crema, yogurt, mantequilla, salchicha, crema de cacahuete, miel, mermelada de chabacano, por mencionar algunos. En cuanto a la

facilidad para recolectar la leche, el 54% lo realiza a través de los miembros de la cooperativa. En el 2010 la plaza más popular es la Cd. de Chihuahua, pero con un 8% menos. Mérida aumentó su importancia en un 7% en referencia a 1995. Los Mochis registró una baja del 25% de la presencia de queserías, dejando de ser una plaza atractiva. La Cd. de México es otra plaza que presenta disminución de un 8%

Las queserías, que en su mayoría cuentan con más de 30 años, utilizan procesos muy tradicionales y empíricos catalogándose un 64% como artesanales. Solo el 18% está un poco tecnificada (por ejemplo, en lugar de revolver la leche o la cuajada a mano, lo hacen con una mano metálica) y otro 18% está tecnificada porque utilizan toda la maquinaria posible para contar con procesos más eficientes, combinando esto con el sabor (para no perder el aspecto tradicional) y la presentación. La Secretaría de Salud y Asistencia (SSA), exige el análisis bacteriológico. El 46% lo practica. El 9% no considera el aspecto. El resto, realizan el control, auxiliándose de la experiencia del queso de la empresa o sondeando la opinión de su clientela.

En cuanto a los programas de apoyo en el renglón de capacitación y financiamiento, que el gobierno estatal y federal otorgan a la industria quesera solo el 18% los conocen y solo en el área de control de calidad y capacitación. El restante 72% no tienen idea de que programas o proyectos puedan gozar, pero al 100% le gustaría que les informaran de manera personal. Por el desconocimiento de esos programas, el 100% solo recibe capacitación de los mismos compañeros o del dueño. En relación al financiamiento, recurren a sus uniones de crédito o ahorros.

De los tres principales problemas que las queserías enfrentan, la comercialización tiene el primer lugar con un 64%, con un 19% se sitúa en segundo lugar el problema de la cobranza seguido de calidad. En

tercer término, se encuentra con un 18% el aspecto técnico y el de crédito. El 64% mostró interés por exportar queso, siendo la plaza unánime Estados Unidos, argumentando razones como la cercanía geográfica y la cada vez más creciente población latina (con un importante porcentaje mexicano). De ese 64%, el 28% solo le gustaría en verano que es cuando hay mayor producción y la demanda baja, es decir solo les gustaría exportar el excedente de producción. Solo el 14% no quieren modificar su producto en ningún aspecto porque es caro y no cuentan con dinero.

El 36% que no contempla comercializar su producto, explica que las causas principales son la falta de cumplimiento en normas de calidad e incapacidad para cubrir la demanda. Del 36% que no desea exportar, la mitad desea realizar cambios en sus productos para ser más competitivos en el mercado nacional. De las empresas que sí desean modificar el producto, independientemente si exportan o no, el 57% expresó quererlo en la presentación del producto, el 28% en la mezcla de mercadotecnia y el 14% en el control de calidad. De las empresas que quieren modernizarse, el 64% si han pensado en elaborar queso con leche pasteurizada, aunque el 100% de ellos comentan que los pasteurizadores son caros y que el precio del queso se elevaría en \$6.00 o \$7.00 además de que altera el sabor y el consumidor ya está acostumbrado al tradicional (ya se adicionan cultivos lácteos para combatir esta situación).

Cabe aclarar que la tendencia es que todos los productores pasteuricen la leche con la que producen el queso (Galicia, 2005). El 36% que no ha pensado en la pasterización, aclara que la practicaría si el consumidor lo demandara de forma prioritaria.

Los menonitas, en su gran mayoría producen y comercializan el queso de acuerdo a su perspectiva. El que decide, es el consumidor y

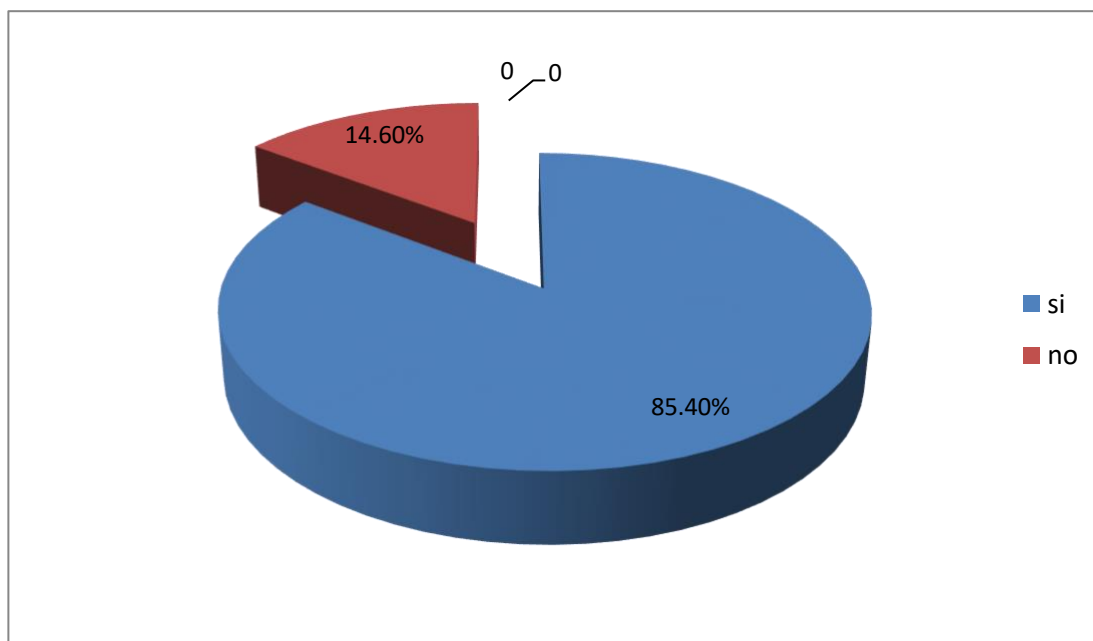
es quien marca las características del producto y actualmente, la compañía que no escucha a su mercado, cuenta con pocas si no es que nulas posibilidades de sobrevivir en el ámbito de la preferencia de su mercado meta y en el de la competencia.

Resultados en referencia al mercado (consumidores)

De acuerdo a la muestra, la demanda del queso menonita en el municipio de ciudad Cuauhtémoc Chihuahua es de 85.4 %, El queso cuenta con mucha aceptación y un gran número de consumidores en la región (Ver Figura 9).

Figura 9

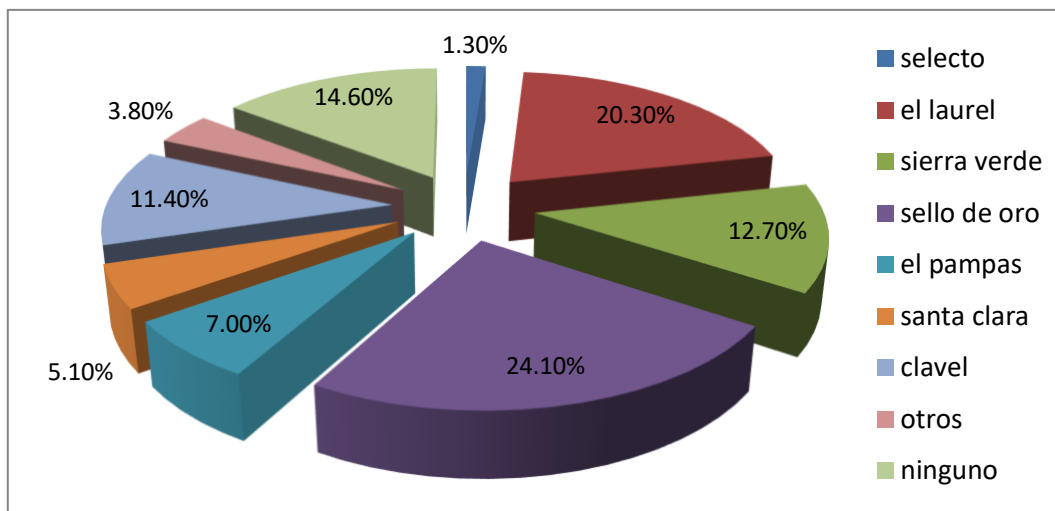
Consumo de queso



Las marcas que están mejor posicionadas en la mente del consumidor (Figura 10) son Sello de Oro con un 24.10 %, El Laurel con 20.30% y Sierra Verde con 12.70% y en conjunto El Pampas y Clavel registran más del 18%

Figura 10

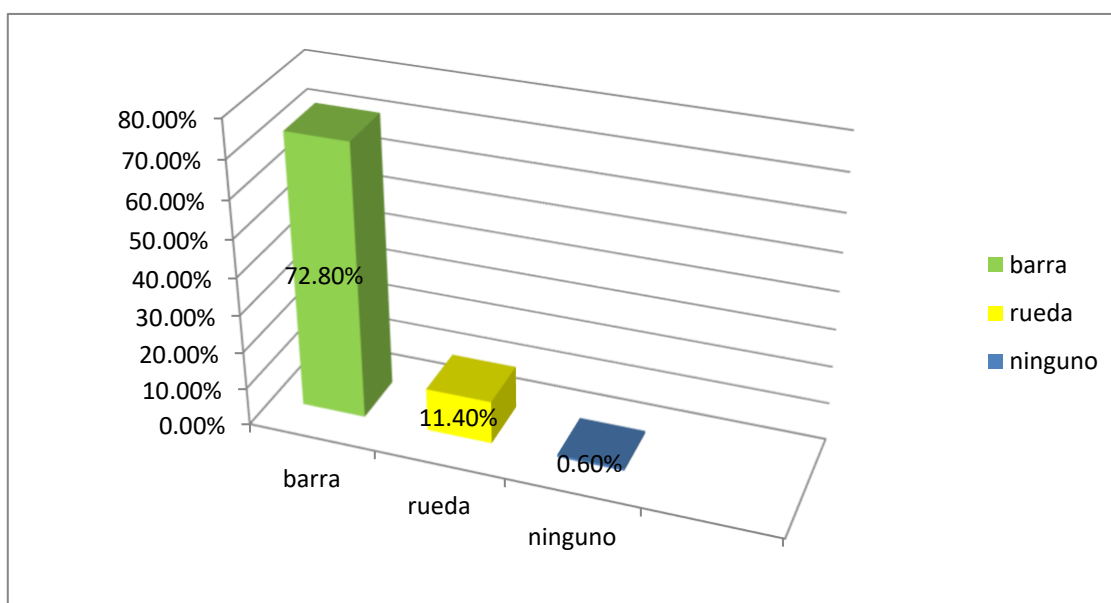
Marca de preferencia del consumidor



En la Figura 11 se aprecia que el 72.8% de los consumidores prefieren el queso en presentación de barra que en promedio pesa 2 kilogramos.

Figura 11

Tipo de presentación preferido por el consumidor



El 40% de los consumidores busca en el queso menonita que adquiere (en promedio cada semana), como se observa en la Figura 12 que cuente con un buen sabor, aunque el precio no fuese accesible. (Figura 13).

Figura 12

Características más importantes en la compra del queso

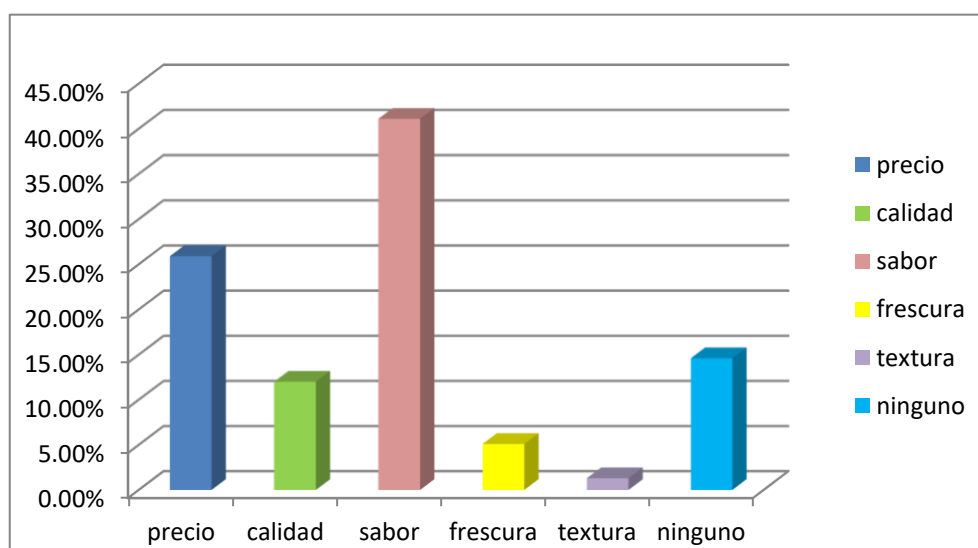
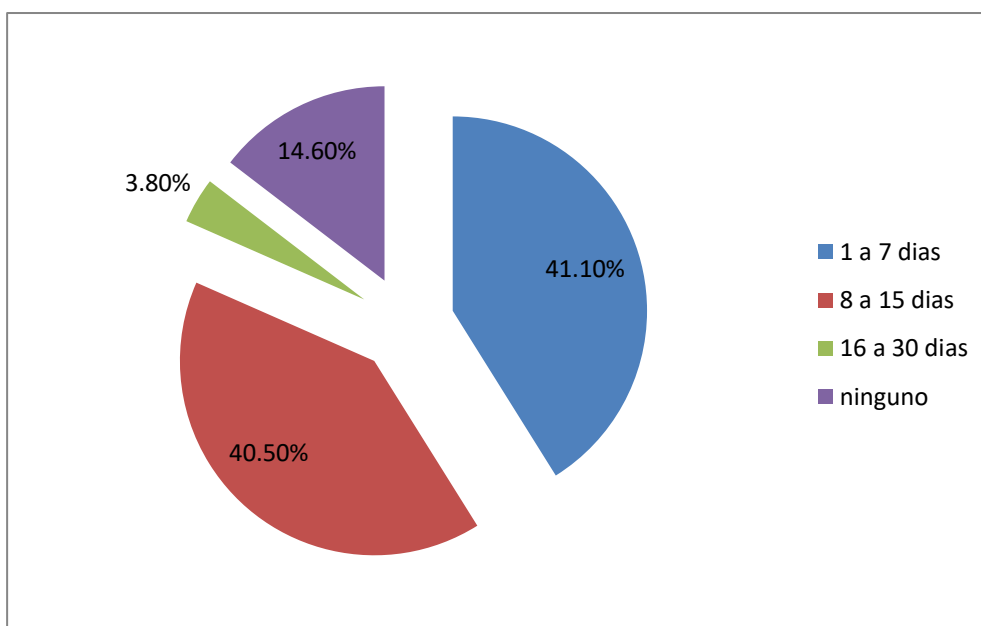


Figura 13

Frecuencia de compra de queso



De acuerdo con los resultados, en la Figura 14, los consumidores en un 51% adquieren el queso en supermercados y un 17% con un distribuidor. Pueden influir aspectos como el precio o la variedad que existe en el lugar. El 35% solamente lo considero medianamente aceptable, es decir, está posicionado como un producto caro (Ver Figura 15).

Figura 14

Lugar de mayor preferencia para comprar queso

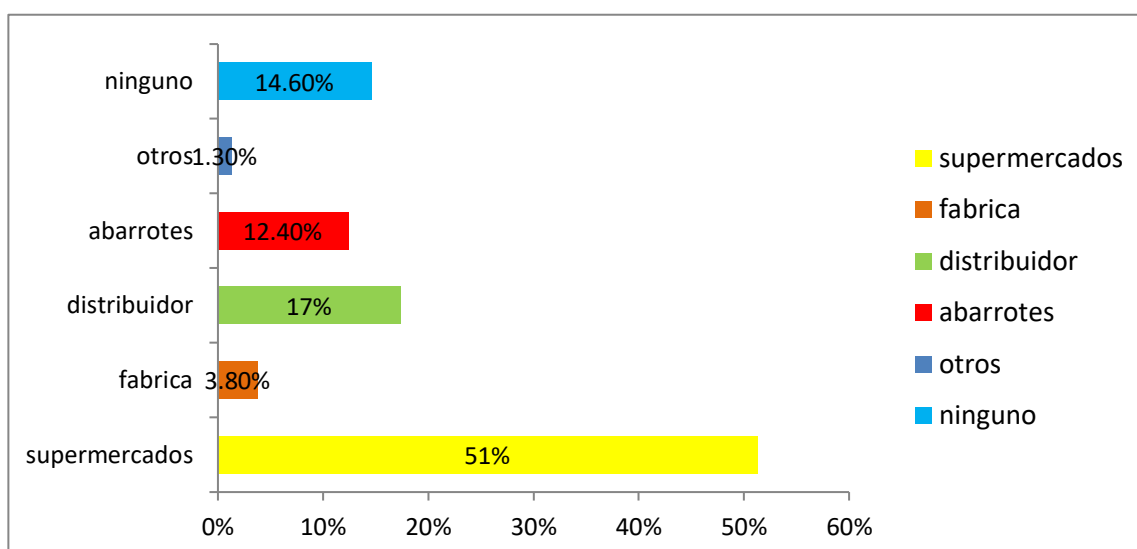
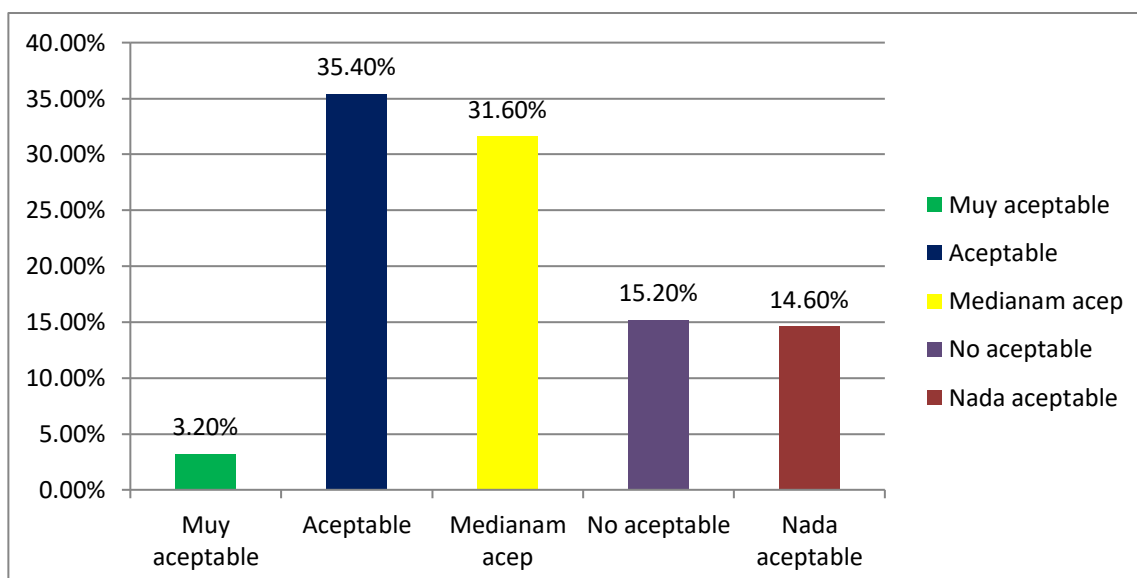


Figura 15

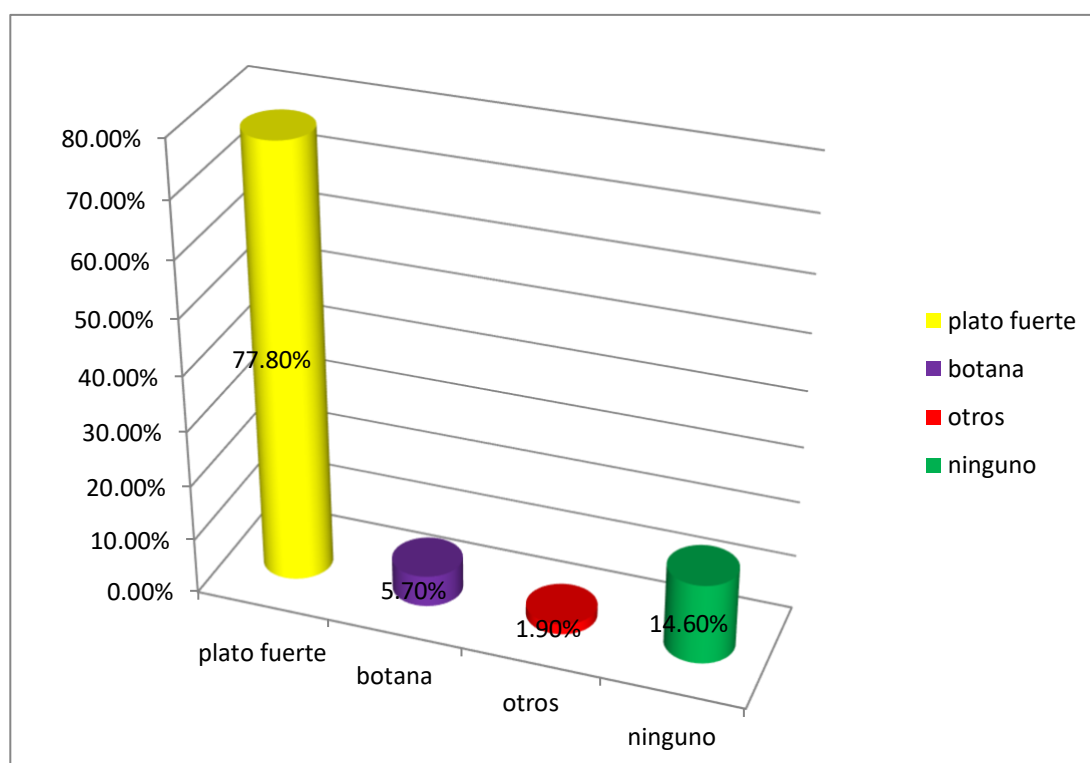
Calificación de precio



La Figura 16 muestra que el 77.80% lo utiliza como plato fuerte, es decir que en Chihuahua el queso es un ingrediente muy importante en los platillos tradicionales y muchos de ellos se acompañan o llevan mucho de este producto lácteo.

Figura 16

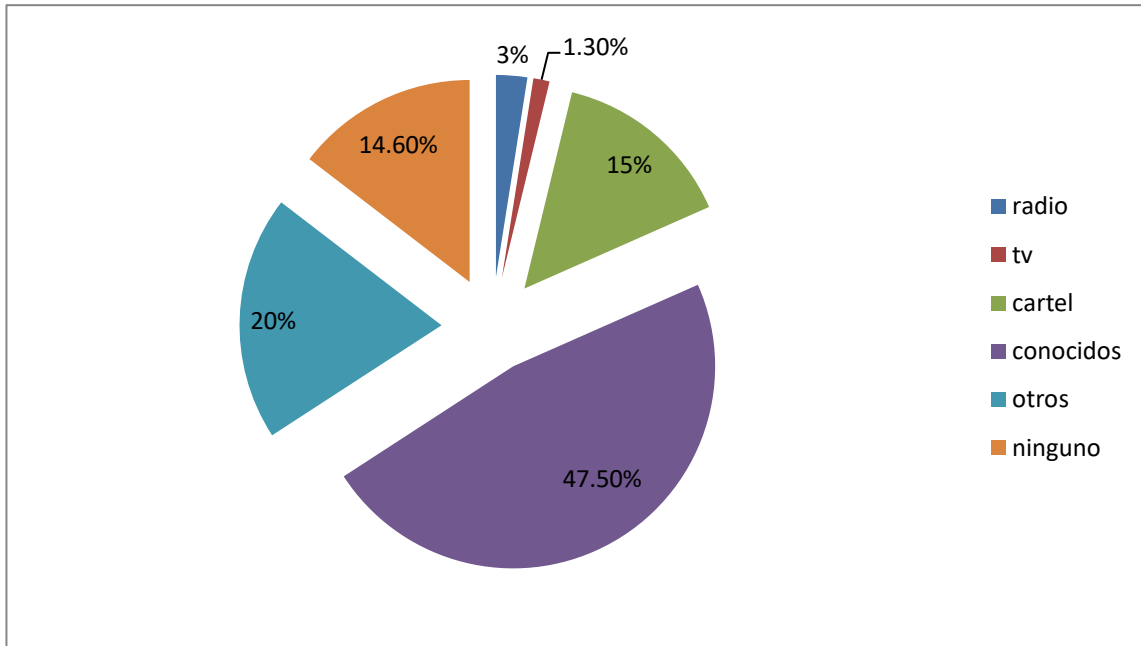
Uso del queso en la alimentación



El 47.5% de las personas conoce el queso que consume por las recomendaciones que les hacen conocidos y no por alguna campaña que realicen las empresas (Figura 17).

Figura 17

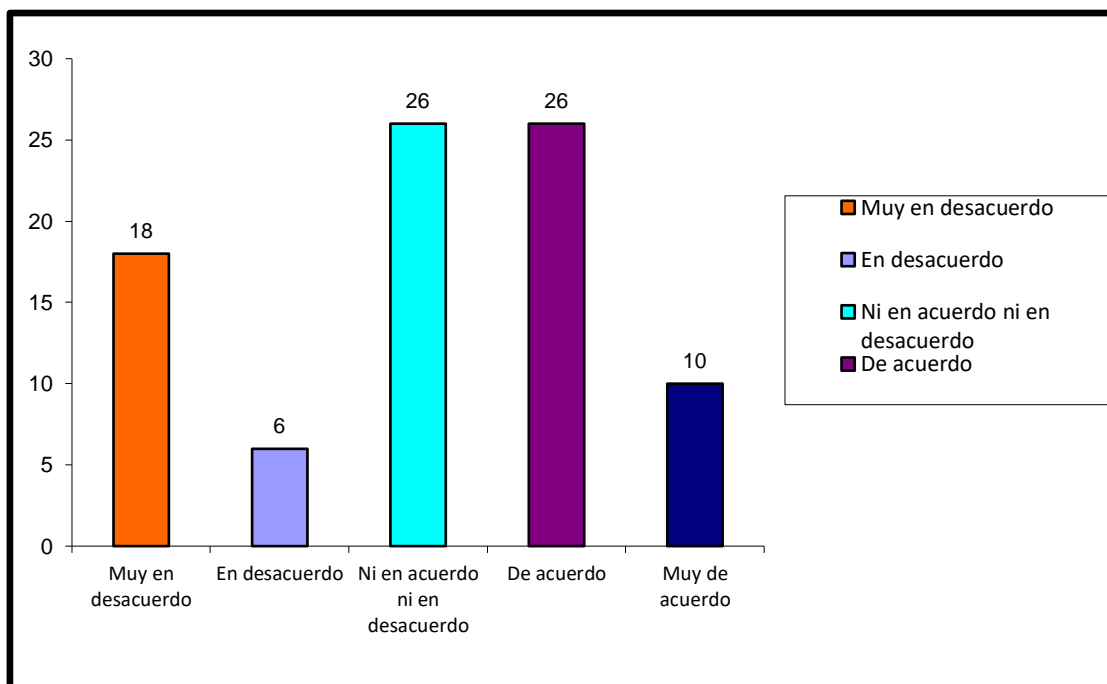
Forma en que el consumidor conoce el queso que consume



Se concluye que para una gran mayoría el publicitarse no incide en la elección de la marca (Ver Figura 18).

Figura 18

Importancia de la publicidad



Conclusiones

El índice de competitividad que registra el sector siguiendo el modelo propuesto por Michael Porter, el análisis de las variables del entorno comercial, la estructura interna, clientes, comercialización, competencia incluyendo productos sustitutos, proveedores, gobierno, implicando regulaciones para operar y para entrar o salir al sector, y estrategias de comunicación es bajo ya que a pesar de contar en promedio con una antigüedad de ochenta años, la mayoría no planea, ni les interesa conocer la transformación de su mercado o monitorear el precio de su producto.

Se presenta una desvinculación total con el gobierno y a sus proveedores solo les exigen que la materia prima sea sometida a estudios de laboratorio. Ello implica un inconveniente a todo el sector que muestra obsolescencia en su estructura general y demerita la derrama económica de la región. Los programas que ofrece gobierno no tienen fines lucrativos sino el aumentar la productividad y convertir una ventaja comparativa en una competitiva. Existen además organismos como Bancomext que tiene facilidades o precios especiales para participar en ferias internacionales.

Las técnicas de producción aún son muy rudimentarias, por ejemplo, para cortar la leche utilizan hilos que ellos mismos elaboran sin tener ninguna medición y entre más grandes sean los cuadros, mayor retención de agua provocan, por lo que requieren de cambios estratégicos si de verdad quieren incursionar en otros mercados. El ciclo de vida de los lácteos en los últimos años ha sido fugaz por la misma apertura de los mercados, manteniéndose en la etapa de madurez, tan poco tiempo, que no se alcanzan a definir estrategias de mercadeo.

Se deduce que, si las empresas cambian su enfoque administrativo, tal vez puedan incrementar su productividad, traduciéndose en una competitividad que permitan marcar las pautas de desarrollo en sus operaciones de mercado. Aunado a todo esto, deben, como el resto de las MiPymes, enfrentarse a los conglomerados que controlan los medios de comunicación y que por ende repercutirá en la forma en que diseñen sus estrategias (Ver Figuras 19 y 20).

La colaboración de las instituciones educativas superiores y el gobierno pueden lograr que las micro sean más productivas y aumentar la participación de la generación de empleos, porque los países que han alcanzado un avance económico lo hicieron desarrollando o innovando procesos productivos.

Por ello se concluye que: la hipótesis de este estudio es aceptada ya que el bajo índice de competitividad se relaciona de forma directa con la baja tecnificación en sus procesos y bajo diseño de estrategias de mercado.

Figura 19
Ejemplo de una Quesería Artesanal



Nota. Fotografía tomada por la investigadora, 2019.

Figura 20

Queso menonita en presentación de barra de 2 kg aproximadamente.



Nota. Fotografía tomada por la investigadora.

Recomendaciones

- 1) Reestructurar el sistema, laborando en coordinación con los proveedores y clientes y hasta con los competidores directos para fortalecer la cadena, logrando, tal vez, una contracción general de costos. Al trabajar todos los involucrados en equipo, empieza un cambio y por ende un desarrollo regional (Ver Figura 21).
- 2) Continuar con la disposición al cambio. El implementar la pasteurización y los cultivos Lácticos se traduce en estandarizar sabores, aromas, texturas y otros aspectos que registra el consumidor final.
- 3) Conseguir la denominación de origen.
- 4) Capacitar a su personal.
- 5) Modernización de los sistemas productivos y administrativos
- 6) Necesidad de cumplir con los parámetros que definen el "Estándar de identidad" (NORMA) para evitar confusión en el consumidor y competencia desleal.

- 7) Informarse sobre programas de capacitación que ofrece por ejemplo el Servicio Estatal del Empleo o de financiamiento a través de Nacional Financiera (Nafinsa), del Banco de Comercio Exterior (Bancomext) o con recursos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- 8) Pertenecer a las cámaras como CANACAINTRA o CANACO.
- 9) Establecer un plan estratégico de mercadotecnia y establecer una cultura de cambio en las formas de comunicarse con su mercado meta (Ver Figura 22).

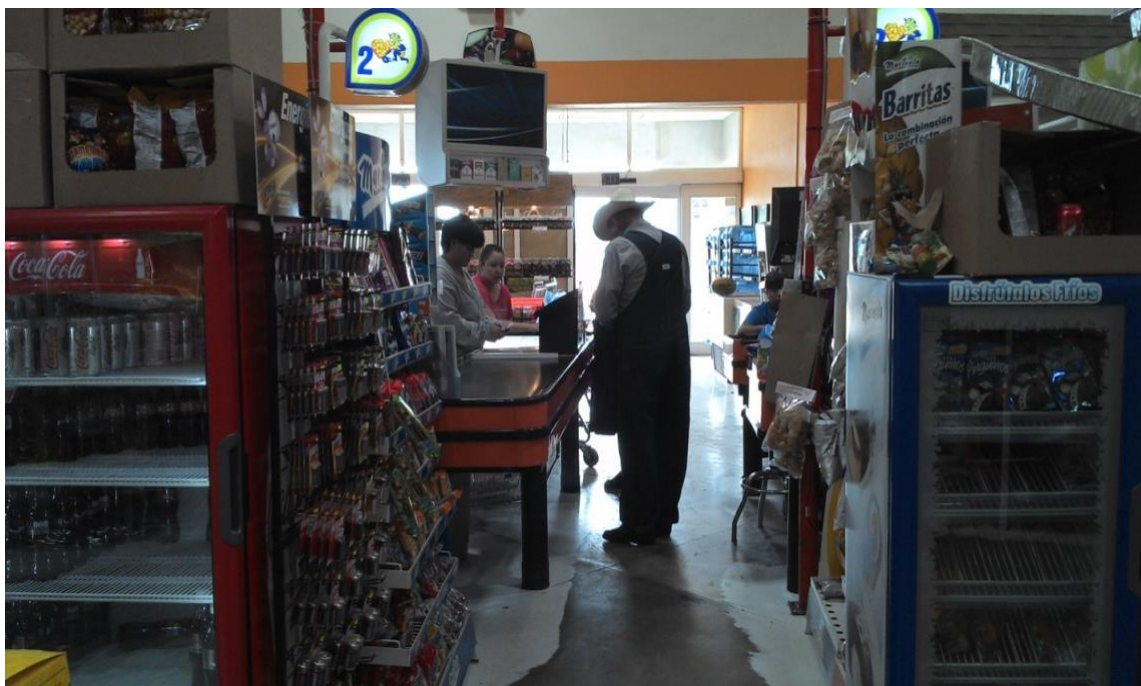
Figura 21

Entrevistando a uno de los dueños de las queserías menonitas.



Nota. Fotografía tomada para esta investigación, por el equipo de la investigadora, 2019.

Figura 22
Comprador menonita



Nota. Fotografía tomada por la investigadora, 2019.

Referencias

Amiot, J. (1991). *Ciencia y tecnología de la leche*, de la edición en lengua española, Editorial Acribia.

Cavazos, L. (2014). *Estrategias de comunicación para el desarrollo. Posibles aplicaciones en el sector quesero Menonita de Cuauhtémoc, Chihuahua*, Tesis Doctoral en la Universidad de Sevilla.

Cenzano, I., Del Prato, O.(1998).*Tratado de tecnología casearia diapositiva 8 ediciones 2000 Normas Mexicanas: NMX NMX-F-093-1985 (Cheddar); NMX-F-209-1985 Chihuahua, México.*

Edward S., McChesney, R. (1999). *Resumen. Los medios globales, los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Tales, Manuel, (tr.) Ediciones Cátedra, 1ª ed. ISBN: 8437617464 ISBN-13: 9788437617466, pp. 3,4,6.

Galicia, J. (2005). *Atributos sensoriales de algunos quesos Menonitas producidos en la zona noroeste del estado de Chihuahua*. Tesis Universidad Autónoma de Chihuahua Facultad de Zootecnia Secretaría de Investigación y Posgrado Chihuahua, Chih., México, pp. 1, 8.

Grupos Étnicos (2010). *Pueblos y comunidades indígenas*. Capítulo 1, p. 35-36
<http://ihacienda.chihuahua.gob.mx/xfiscal/indtfisc/Plan%20Estatad%20de%20Desarrollo%2020042010/grupos%20eticos.pdf>

Kotler, P. (2018). *Dirección de Mercadotecnia*, Edición del Milenio, Editorial Prentice Hall
<http://municipiocuauhtemoc.gob.mx/historia/>

Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*, Edit. Vergara.

La agroindustria alimentaria y su relevancia en las exportaciones ecuatorianas

Luis Roberto Asencio Cristóbal

Docente de la Universidad de Guayaquil
luis.asencioc@ug.edu.ec

Germán Aníbal Narváez Vásquez

Docente de la Universidad de Guayaquil
german.narvaezv@ug.edu.ec

Lissette Michelle León Limones

Estudiante de la Universidad de Guayaquil
lissette.leonl@ug.edu.ec

Nicol Madeley Márquez Fajardo

Estudiante de la Universidad de Guayaquil
nicol.marquezf@ug.edu.ec

Resumen

Desde los años setenta, la agroindustria alimentaria en el Ecuador, presenta indicios de aumento de demanda y posicionamiento en el mercado tanto local como internacional, que se puede comprobar en su participación en la producción nacional; donde cada sector que conforma la economía del país genera su aporte. En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo analizar los factores que inciden en la cadena productiva del sector agroindustrial y en su participación en los mercados internacionales. La metodología tiene un enfoque cualitativo; de tipo bibliográfico, documental y descriptivo. La población está representada por las empresas dedicadas a la actividad agrícola alimentaria perteneciente a las zonas de planificación 5 del Ecuador; el instrumento de investigación utilizado son las entrevistas realizadas a representantes de empresas del sector privado. Los resultados indican que los principales factores que inciden en la cadena productiva y comercial son las políticas de promoción para dar a conocer las marcas y productos, así como también el apoyo total del Estado donde se de fácil acceso a capacitaciones y préstamos. La conclusión del trabajo recalca la necesidad de una adecuada gestión al proceso productivo que este sector conlleva, de manera que se pueda aprovechar todo el potencial de crecimiento existente.

Palabras clave: agroindustria, cadena productiva, promoción, exportaciones

Abstract

Since the 1970s, the food agribusiness in Ecuador shows signs of increased demand and positioning in the local and international market, which can be seen in its participation in national production; where each sector that makes up the country's economy generates its contribution. In this context, the present research aims to analyze the factors that affect the productive chain of the agro-industrial sector and its participation in international markets. The methodology has a qualitative approach; bibliographic, documentary and descriptive type. The population is represented by the companies dedicated to the food agriculture activity belonging to the planning zones 5 of Ecuador; the research instrument used is the interviews carried out with representatives of private sector companies. The results indicate that the main factors that affect the production and commercial chain are the promotion policies to publicize the brands and products, as well as the total support of the State where there is easy access to training and loans. The conclusion of the work emphasizes the need for proper management of the production process that this sector entails, so that all the existing growth potential can be exploited.

Key words: agroindustry, productive chain, promotion, exports

Introducción

A nivel mundial se ha observado un evidente crecimiento en las actividades económicas, sobre todo aquellas relacionadas con la agricultura y con ello también un incremento de la demanda de estos productos en el comercio internacional, haciendo que este sector se centre en satisfacer a los consumidores que, con el pasar de los años son más exigentes en cuanto a calidad de producto. El sector agrícola, es de suma importancia y un pilar fundamental para la economía del Ecuador, dado que representa un 7,7% del producto interno bruto por su producción y exportación. A su vez, este rubro aporta un 26% de puestos de trabajo que facilita directa o indirectamente al país; por ende, es una parte más activa económicamente (BCE, 2019).

Sin embargo, este sector se ha visto siempre afectado el poco desarrollo en su cadena productiva y por ende imposibilita lograr un producto de mejor calidad que pueda competir a nivel internacional, dado que no se tiene acceso a nuevas tecnologías que faciliten y permitan el ahorro de tiempo y costos para los agricultores (Rivas, 2017).

En ese sentido, la problemática se centra en el poco desarrollo de la cadena productiva del sector agrícola y por ello no tiene un crecimiento idóneo, ya que las deficiencias en los procesos conllevan a que el productor realice todas las actividades pertinentes, pero al momento de vender no obtiene los beneficios correspondientes, debido a que entregan su producción a los intermediarios quienes venden a mayor valor en el mercado, provocando que el productor no obtenga los ingresos necesarios para invertir en maquinarias que permitan mejorar sus procesos de producción.

Por ello, el presente trabajo tiene como propósito analizar este sector en conjunto con su nivel de participación en los mercados internacionales, dado que refleja oportunidades de expandirse si se logra mejorar la cadena de valor, como una herramienta de análisis estratégico que ayuda a determinar la ventaja competitiva de las empresas y apoyar a los agricultores para que puedan invertir y mejorar sus procesos.

Revisión de la literatura

La Agroindustria alimentaria

El sector agroalimentario se refiere a la producción primaria o agrícola y posteriormente a la transformación, distribución y comercialización del producto hasta llegar al consumidor final, es decir que en el sector se genera la cadena de abastecimiento. Cada empresa

desarrolla una serie de actividades destinadas a diseñar, producir, comercializar, entregar y apoyar su producto, además la forma en que se realizan las actividades de la cadena de valor determina los costos y afecta a los beneficios, por lo que la cadena de valor puede ayudar a entender las fuentes de valor para su organización (Silva, 2019).

Según Quevedo (2013) la agroindustria es la actividad económica que se dedica a la producción, industrialización y comercialización de productos obtenidos generalmente de la agricultura; esta industria se categoriza en alimentaria y no alimentaria. La primera se encarga de todos los procesos y bienes relacionados con la cadena alimenticia, definida como el proceso por el cual se transfieren sustancias nutritivas entre las diferentes especies que integran una comunidad biológica. Por otro lado, la rama no-alimentaria es la encargada de la parte de transformación de estos productos, que sirven como materias primas, utilizando sus recursos naturales para realizar diferentes productos industriales.

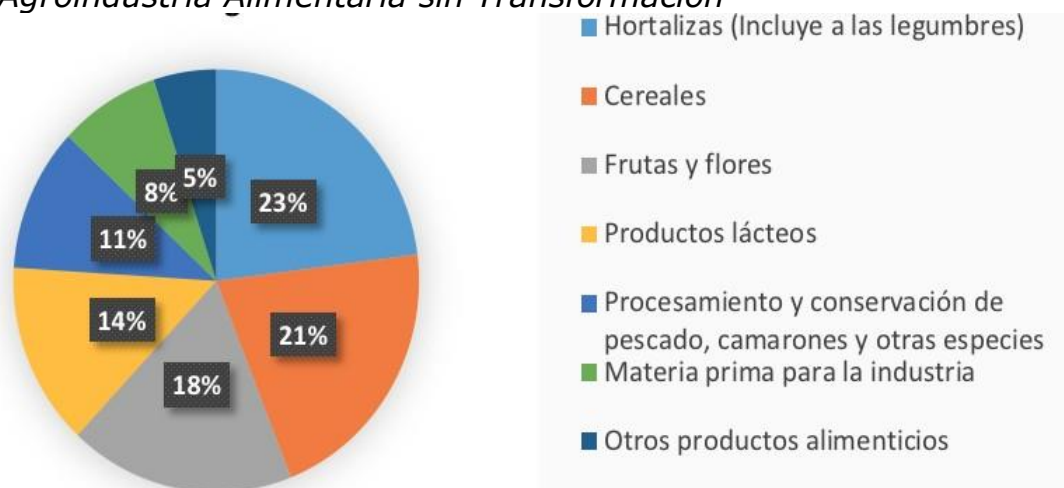
En un informe publicado por la FAO (2020) los modos en que el comercio afecta a los países dependen principalmente de sus estructuras comerciales, tanto de sus productos agroalimentarios como de otros productos básicos (como los energéticos). Dicha estructura, en conjunto con las variaciones en los precios internacionales y en el tipo de cambio, podría impactar de diferentes maneras las importaciones y exportaciones de los países y por lo tanto sus ingresos, estructura de costos y disponibilidad alimentaria.

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2019) la clasificación de la agroindustria alimentaria tiene mayor peso con un 68% a diferencia de las no alimentarias; esto debido a que el país genera gran variedad de alimentos y a su vez esta se subdivide en

actividades de la agroindustria que corresponden a: sin transformación, almacenamiento y con transformación. En concordancia con el objetivo de la investigación, se tomará el proceso productivo que se refiere al primer grupo (sin transformación). A continuación, se presenta su división:

Figura 1.

Agroindustria Alimentaria sin Transformación



Nota. Banco Central del Ecuador. (2019). *Resumen del Sistema de Balances del Banco Central del Ecuador.* <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

Por otro lado, las principales actividades de comercio internacional en la región se pueden clasificar en dos ejes: por un lado, los países que son típicamente exportadores de productos agrícolas, cuyos productos requieren más mano de obra que maquinaria, y, por otro, los países importadores de productos agrícolas y energéticos que dependen de las importaciones de alimentos para satisfacer la oferta doméstica, cuestión que los hace especialmente vulnerables a interrupciones en la cadena de alimentos (FAO, 2020).

El Ecuador al ser un país diverso, posee variedad de productos pertenecientes al sector agroindustrial alimentario y por su misma abundancia son los productos que más se consumen de manera local.

A continuación, se detallará la información según los productos más cosechados y demandados de la zona de planificación 5, conformada por las provincias de Guayas, Santa Elena, Los Ríos, Bolívar y Galápagos.

Tabla 1

Regiones y productos de la Zona 5 del Ecuador de la Agroindustria Alimentaria

Guayas	Los Ríos	Bolívar	Santa Elena	Galápagos
Caña de Azúcar	Maíz	Maíz	Papa	Café
Banano	Arroz	Papa	Maíz	Yuca
Arroz	Palma africana	Trigo	Hortaliza	Plátano
Cacao	Cacao	Cebada	Pescado	Maíz
Café	Fréjol	Frutas	Café	Tomate
Flores	Soja	Granos	Arroz	Frutas

Nota. Ministerio de Agricultura y Ganadería, (2019). *Ministerio de Agricultura y Ganadería.* <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/indicadoragroecomercio>

Con base a la tabla anterior, se puede observar a los productos agrícolas alimentarios más demandados por provincia. Estos presentan variedad y abundancia que está justificado por los diferentes climas y ubicaciones geográficas en las que se encuentran las ciudades del Ecuador, favoreciendo de este modo a las cosechas, lo que se tomaría como una ventaja, genera de manera nacional un valor agregado y opciones a ofrecer mayores posibilidades de cubrir las necesidades de los clientes y con ello obtener mayor cantidad de consumidores, beneficiando de esta manera a los ingresos locales.

Posterior a ello, se presenta una tabla de los principales cultivos en el año 2019 a nivel provincial y su vez, que espacio ocupan en el territorio ecuatoriano y sus niveles de rendimiento.

Tabla 2*Principales Cultivos – 2019- Nivel Provincial: Zona 5*

No	Productos	Superficie Plantada (ha)	Superficie Cosechada (ha)	Producción (toneladas)	Rendimiento (t/ha)
1	Cacao (almendra seca)	498.794	498.794	313.284	0.63
2	Arroz (en cáscara) 20% humedad 5% imp.	288.797	288.797	1.668.523	5.78
3	Maíz Duro Seco (grano seco) 13% humed.	274.465	274.465	1.801.766	6.56
4	Palma Aceitera (fruta fresca)	246.574	200.908	2.275.948	11.33
5	Banano (fruta fresca)	190.381	183.347	6.583.477	35.91
6	Plátano (fruta fresca)	160.262	135.813	749.450	5.52
7	Caña de Azúcar par azúcar (tallo fresco)	126.246	121.812	9.257.700	76.00
8	Maíz Suave Seco (grano seco)	48.386	44.820	61.275	1.37
9	Fréjol Seco (grano seco)	25.253	24.006	14.743	0.61
10	Naranja (fruta fresca)	20.603	18.444	133.688	7.25

Nota. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.* <https://aplicaciones3.ecuadorencifras.gob.ec/BIINEC-war/index.xhtml>

Según la tabla anterior, obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2019), proyecta de mayor a menor los cultivos con mayores plantaciones y por tanto mayor consumo; siendo así, los cultivos con más espacio territorial son los de la Costa y Sierra.

Por otro lado, se entiende que la superficie plantada debería ser igual a la superficie cosechada; sin embargo, en algunos casos no sucede por distintos factores que pueden ocurrir antes de la cosecha, como plagas, tierras no fértiles por la falta de cuidado, escasas de abonos y tratamientos adecuados según la época del año.

Todo ello conlleva a que parte de las siembras se pierdan; pese a ello, no se ha buscado ni priorizado subsanar aquellas falencias dado

que aun así genera ingresos. Todo sector productivo que forma parte de un país debe evolucionar conforme los años avanzan, retroceder o mantenerse igual es sinónimo de conformismo y poco interés por la nación, invertir en este, no es un gasto, es un beneficio por obtener en años futuros (Reid, 2017).

Por otro lado, se observa que el impacto de la agricultura en la economía podría multiplicarse en el futuro, pese a la situación estancada en la que se encuentra el sector, si se analiza y genera un cambio, no en cuanto al proceso sino a mejoras de la matriz productiva; es decir, si aplicamos lo indicado por Reid (2017), en su entrevista en las Naciones Unidas y realizamos el paso de una agricultura especializada en productos primarios a una producción agrícola eficiente y diversificada que se apoya en el conocimiento para lograr mejorar nuestros productos y la forma de cultivarlos.

De este modo, se podría sumar a la agricultura un valor agregado tomando en cuenta que este sector no solo ha evolucionado en el mercado interno sino también en el externo, aumentando así las exportaciones y plazas de empleo.

Entre los grupos de cadenas agroindustriales (flujos continuos y discontinuos de productos, procesos y agregación de valores, que siguen los productos primarios hasta llegar al consumidor final) con más movimiento interno y externo, tenemos:

i. Mercado nacional: productos cárnicos, lácteos, maíz, caña de azúcar, arroz, etc.

ii. Tradicionales de exportación: banano; cacao, café y elaborados; flores.

iii. No tradicionales de exportación: brócoli, harina de pescado, extracto y aceites vegetales, aceite de palma, etc.

De acuerdo con lo indicado, se puede recalcar la importancia del sector en cuestión, ya que los productos que se generan son abundantes y de calidad; sin embargo, los procesos que se manejan desde las plantaciones hasta la forma de comercializarlos son obsoletos, lo que limita a la competitividad internacional.

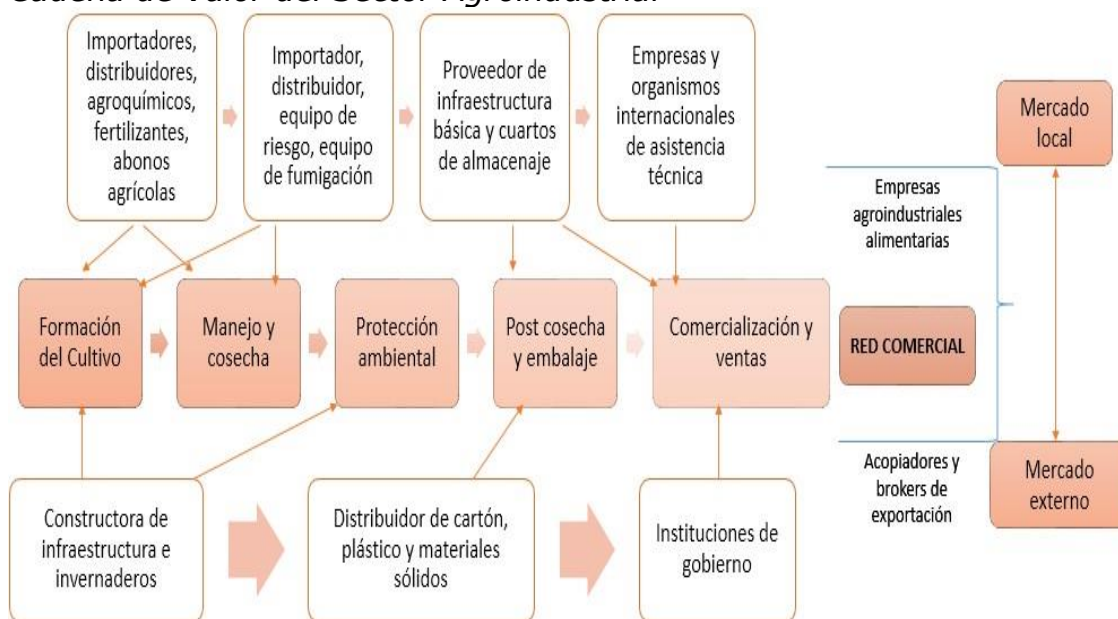
En ese sentido, se puede entender la cadena agroalimentaria como un conjunto de actividades y actores que intervienen y se relacionan técnica y económicamente desde la actividad agrícola primaria hasta la oferta al consumidor final, incorporando procesos de empaque, industrialización o transformación y de distribución (Hernández & Herrera, 2005).

A partir de la cita anterior, se entiende que al evaluar la cadena de valor del sector se está analizando desde la primera fase que corresponde a la formación del cultivo hasta su respectiva comercialización y venta.

Para un mayor entendimiento se detalla un esquema de la cadena de valor del sector en cuestión, desde el cultivo hasta la red comercial en mercados internacionales donde finalmente concluye el proceso junto con los intermediarios en cada fase según corresponda.

A continuación, se detalla lo mencionado en líneas anteriores:

Figura 2.
Cadena de Valor del Sector Agroindustrial



Nota. Arias, G. Z. (2011). *Repositorio Cepal. Serie Estudios y perspectivas.*

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4911/1/S1100344_es.pdf

Con base en la figura anterior, se procede a detallar cada parte del proceso:

i. Formación del cultivo, consiste desde la formación y preparación del uso con ayuda de agroquímicos y demás productos que favorezcan a las futuras plantaciones, así como también la intervención de importadores y proveedores que brinden estos fertilizantes.

ii. el manejo y la cosecha es el proceso que se le da a las plantaciones mientras crece y logra estar apto para su respectiva cosecha en esta fase se relacionan equipos de riego y fumigación, posterior a ello se detalla la protección ambiental para que en el proceso de toda la cadena productiva no se afecte al ambiente.

iii. En la fase de post cosecha y embalaje se encuentran los proveedores de infraestructura básica y cuartos de almacenaje para los productos previos a ser vendidos, así como también los distribuidores de cartón, plásticos y demás materiales sólidos que permiten a mantener en buen estado a los productos y su fácil transportación.

iv. Finalmente, la comercialización y la venta del producto en las que instituciones de gobierno y empresas y organismos externos dan asistencia de manera que parte de esta red comercial se quede de manera local y lo restante sea destinado a mercados internacionales.

Según Arias (2011) “el éxito en la política de desarrollo de ciertos sectores productivos y sus cadenas de valor depende de la promoción de clúster. Con este propósito, el Estado puede ayudar a promover un portafolio de inversiones en algunas actividades específicas”, es decir, no importa que tan bien estructurado se encuentre una cadena de valor, ya que es importante y fundamental para el desarrollo.

Sin embargo, es necesario priorizar las alianzas estratégicas si lo que se busca es incrementar el sector de manera que se gane competitividad. Por ello que en la cita anterior se menciona la Promoción de Clúster, el cual es el conjunto de empresas (por lo general de un mismo sector industrial) que busquen colaborar mutuamente para obtener beneficios en común

Sector exportador ecuatoriano

En el mundo globalizado en el que nos encontramos, la internacionalización ya no es una simple elección que puedan tomar las empresas, ya que se ha convertido en una necesidad; sin embargo, esta implica una serie de riesgos y dificultades, para lo cual las

empresas necesitan utilizar las ventajas competitivas de otros países como las diferencias de los costes unitarios o la disponibilidad de determinados recursos.

Así, con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países) e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta o que produjera de manera menos eficiente (Torres, 2013).

Por tanto, un país exportará aquellos bienes en los que se tenga ventaja absoluta de costes respecto a otro país, como es en el caso de nuestro país, al ser todavía agrícola tiene productos que obtienen ventaja sobre otros sectores, dado que su terreno es fértil y los precios siguen siendo rentables en los mercados.

El Ecuador se caracteriza por ser un país biodiverso, por tanto, sus cultivos son abundantes y permite una comercialización de ellos con mercados externos. Los principales productos comerciales en el periodo 2017 – 2019 se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 3
Principales Productos Agrícolas de Exportación

Producto	2017		2018		2019	
	Toneladas	Valor FOB (USD)	Toneladas	Valor FOB (USD)	Toneladas	Valor FOB (USD)
Banano	6.095.244	2.753.092.289	6.506.358	3.018.577.352	6.487.307	3.060.345.293
Rosas, flores y capullos frescos o secos	148.173	820.480.586	154.803	843.372.456	158.401	879.779.126
Cacao crudo y tostado	285.229	573.012.970	296.776	672.948.600	270.940	657.255.616
Madera en bruto y elaborado	720.775	354.409.768	762.125	394.625.197	770.765	471.923.499
Palma aceite crudo y refinado	281.621	230.385.099	283.069	192.629.965	187.494	126.848.462

Café sin tostar,
tostado, soluble y preparado 19.375 119.402.254 14.097 83.369.982 12.914 80.173.220

Nota. Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *Sistema de Información Pública Agropecuaria.*
<http://geoportal.agricultura.gob.ec/>

En la tabla anterior, se puede comprobar los niveles de exportaciones que realiza el Ecuador, respecto a los productos con más demanda; todos aquellos pertenecen al sector agroindustrial alimentario a excepción de las rosas, flores y la madera. Sin embargo, si se incluyen en el sector agroindustrial de manera general, nos indica que tan demandante son los productos provenientes del agro. Los valores en FOB obtenidos aportan significativamente al país aun existiendo deficiencias en cuanto a las políticas de promoción y demás falencias en la cadena productiva; es decir, si todo ello mejora, la proyección para los siguientes años sería mejor.

Dentro de las exportaciones que realiza Ecuador anualmente, se destaca a través de los años, el sector agroindustrial alimentario por sus productos tradicionales, ya que se caracteriza por los productos primarios como el motor de la economía ecuatoriana, puesto que tuvo y sigue teniendo un peso específico dentro de estos ingresos, a pesar de su escaso uso de tecnologías.

En ese sentido, cabe resaltar que, en Ecuador existe el marco legal pertinente para el desarrollo del sector en estudio, de donde se puede mencionar las siguientes leyes: Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), dentro del cual mencionaremos los respectivos Regímenes de Exportación. A su vez, la Ley de comercio exterior e inversiones "LEXI", que tiene por objeto

normar y promover el comercio exterior y la inversión, en conjunto con el Ministerio De Industrias y Productividad. Además, las normativas del Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) y la Constitución de la República del Ecuador, así como políticas públicas.

Metodología

La investigación tiene un enfoque cualitativo, de tipo exploratoria que permite comprender una realidad ante el fenómeno de estudio y también es de tipo documental, dado que se refiere al proceso de revisión y recopilación de fuentes bibliográficas e informativas para hacer un análisis del sector. Además, se utilizó entrevistas, como instrumento para la recolección de datos, mismas que fueron validadas por expertos académicos y aplicadas a representantes que se encuentran relacionados al sector agroindustrial.

Población y muestra

“En una investigación, la población es el conjunto o la totalidad de elementos que se van a estudiar, pueden ser personas, lugares o cosas reales que comparten alguna característica en común” (Delgado, 2018).

La población que se identificó en este trabajo de investigación, se encuentra conformada por empresas dedicadas a la actividad agrícola ubicadas en las Zonas de Planificación 5 del país. Se encontró un total 336 empresas agroindustriales alimentarias que se encuentran registradas a la fecha y que fueron obtenidas de las páginas oficiales de instituciones del Estado, como la Superintendencia de Compañías, Agrocalidad y Comercio Exterior.

Los criterios para delimitar la población de empresas, fueron: su situación legal y la descripción de actividad a la que se dedica en el sector agroindustrial. A continuación, se detalla el número de empresas por provincia correspondiente a la zona 5, en las que se incluye empresas grandes, medianas, pymes, asociaciones y pequeños productores del sector.

Tabla 4

Empresas del Sector Agroindustrial de la Zona 5

Provincia	Número de empresas	Total de empresas en porcentaje %
Guayas	273	81
Santa Elena	21	6
Los Ríos	19	6
Bolívar	14	4
Galápagos	9	3
Total	336	100

Nota. Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *Sistema de Información Pública Agropecuaria.* <http://geoportal.agricultura.gob.ec/>

Se procedió a utilizar la fórmula de muestreo para poblaciones finita (Sampieri, 2014) la cual nos presenta un valor de 179 empresas. De ellas se seleccionó a 3 empresas del sector privado y que son consideradas como una muestra a conveniencia. "El muestreo por conveniencia permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos, esto por la accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador" (Otzen & Manterola, 2017).

Con base a la cita anterior, se procede a detallar a los involucrados.

Tabla 5*Datos de las empresas seleccionadas y expertos*

Expertos del sector	Empresas
1 Walter Pérez Cevallos	Agricultor en el Cantón de Salitre
2 Wilson Efraín Aldaz	Agrícola Agrosalvia S.A
3 Jorge Proaño Moreira	Compañía Agrícola Katcosi S.A

A fin de poder admitir las respuestas de los entrevistados, se procede a una validación de expertos a través del Método Delphi. En este caso, la validación permite conocer que tan viables y recomendables son las respuestas de los expertos seleccionados, respecto al cuestionario de preguntas.

Se utilizó un esquema abreviado y además se aplicó el Coeficiente de Competencia Experta (k) que, al ser aplicado, reveló los siguientes resultados:

Tabla 6*Resultado final de la validación de expertos*

Items	Experto 1	Experto 2	Experto 3
Coeficiente de competencia	0,80	0,95	0,90
Grado de Confianza	Alto	Alto	Alto
Aplicable	X	X	X
No Aplicable			

Para la interpretación correcta del Nivel de Coeficiente de Competencia se usó los siguientes parámetros:

- i. Si $0,8 < K < 1$ el coeficiente de competencia es alto.
- ii. Si $0,5 < K < 0,8$ el coeficiente de competencia es medio.
- iii. Si $K < 0,5$ el coeficiente de competencia es bajo.

Una vez obtenido el resultado de cada experto, se obtiene el resultado general, mismo que da un resultado de 0,86 es cual nos permite concluir que la información obtenida a través de las entrevistas es válida.

Resultados

Según las respuestas dadas por cada entrevistado, se puede deducir que los ingresos que produce este sector permanecen de manera constante en comparación a otros sectores que década a década ganan mercado, debido a la poca y casi inexistente prioridad que se le otorga, permitiendo que su desarrollo avance con procedimientos obsoletos y muy poco rentables, adicionando a ello, la falta de políticas de promoción.

A continuación, se presenta las respuestas de los expertos, respecto a las cuatro preguntas más importantes:

Tabla 7
Resultados de las Entrevistas

Sector Privado				
Preguntas	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Interpretación
1 ¿Qué tan importante considera usted el sector agroindustrial alimentario en la economía ecuatoriana? ¿Cuál sería su visión si se llegase a priorizar de manera profunda al sector y a sus	Los productos que brinda este sector son abundantes y con la capacidad y conocimiento adecuado de quienes lo manejan los ingresos que estaría dejando este sector serian grandísimos,	La agricultura desempeña un papel crucial en la economía de cualquier país, puedo atreverme a decir que es la columna vertebral de nuestro sistema económico, no sólo	De gran importancia dado que es el sector que produce la mayor parte de la alimentación y es esencial para el país. Y su vez da puestos de trabajo para personas que no tienen un título y su	Según los expertos entrevistados concuerdan, sin excepción a ninguno, que el sector agroindustrial alimentario juega un papel importantísimo o dentro de la economía del país además de que son de

exportaciones ?	tal cual como sucede con las exportaciones de camarón, Ecuador destaca por ello pero, ¿Por qué no se promocionan e invierten lo mismo para los productos agroindustrial es alimentarios?	proporciona alimentos y materias primas, sino también oportunidades de empleo a una importante cantidad de personas, con un mayor nivel de políticas que impulsen su desarrollo podría florecer y beneficiar de una mejor manera. Cabe destacar que por la ubicación y clima que tenemos nuestros productos del agro son de calidad y el mercado europeo es la mayoría de las veces nuestro principal destino por la escases que ellos tienen de estos alimentos, pero le falta promoción, no solo el cacao y banano, también otros productos que si se exportan	vida se ha desarrollado alrededor de la agricultura. Si se prioriza, se lograría darle mayor apoyo u beneficios de los cuales no cuenta actualmente.	calidad y abundantes y todos se centran que priorizar al sector traería grandes beneficios.
2	Bajo su criterio ¿Cuáles son los factores que usted considera que se deberían destacar para que las exportaciones de productos agroindustrial es alimentarios se posicionen en los mercados internacionales y a su vez las empresas nacionales ganen competitividad?	No solo los productos de los agros alimentarios, sino esto es para cualquier sector que busque destacar, una fuerte política de promoción con el seguimiento adecuado y junto con la inversión por parte del Estado serían los motores para que empresas ecuatorianas que producen estos productos se posicionen.	Mayor apoyo al sector agro para que se desarrolle como capacitaciones, préstamos y apoyo total del estado. Dado que las limitaciones son muy grandes para un sector que es esencial y del cual se benefician muchas personas de diferentes clases sociales.	Los factores que más destacaron los expertos para que estos productos se posicionen son las políticas de promoción para dar a conocer las marcas y productos así como también apoyo total del Estado donde se de fácil acceso a capacitaciones y préstamos.

		pero no con tanta frecuencia.			
3	¿Qué factores de producción puede considerar como los más relevantes a dar seguimiento y corregir dentro de la cadena productiva del sector en cuestión para una mayor mejora?	Si se pueden todos muchísimo mejor, pero si habría que destacar los más importantes yo consideraría que el manejo que se le da a la cosecha junto con la manera de comercializar y vender estos productos a mercados externos, ahí entraría la promoción	Bueno como ya me había adelantado, creería que el proceso de plantación y todo lo que sucede hasta el momento de cosecha, hablando solo de que no se pierdan cosechas, sin tomar en cuanto las exportaciones. Primero hay que evitar pérdidas.	Desde el punto de sembrar, fertilizar, regar... siempre será el mismo, aunque la maquinaria te ahorre tiempo, el que se podría cambiar es al momento de la venta, dado que vendemos a un valor tan bajo en comparación de los intermediarios, que llegan a venderlo al doble.	Los expertos varían en cada respuesta, sin embargo, si concuerdan en la forma de comercializar el producto, a ello le podemos sumar opiniones como insolencias en las plantaciones y factores tiempo.
4	¿Qué alianzas estratégicas podría recomendar usted para que el sector agroindustrial aproveche de mejor manera el potencial de crecimiento existente?	Es un tema bastante extenso porque si buscamos que el Estado priorice este sector habría que señalar que tipo de alianza estratégica conviene más, yo recomendaría alianza de mercado y ventas y así avanzar con otro tipo de alianzas, esto permite adquirir recursos, experiencia y capacidades	Las alianzas estratégicas ayudan a impulsar a un sector, este podría ser el caso, yo creería que dirigirse al Estado es lo primordial, esto para aquellas empresas pequeñas que aún no logran posicionarse en un mercado o no logran crecer, o aliarse a grandes corporaciones nacionales	Convenios o uniones con el sector privado, dado que el público nos limita mucho y nuestros ingresos no mejoran, por siempre vender a menor costo y no de forma directa con la empresa.	Recomiendan alianzas con el Estado o con corporaciones nacionales que ya se encuentren posicionadas, de esta manera puedes ganar capacidades competitivas y extenderse con mercados más amplios que les permitan crecer.

competitivas que es lo que hace falta.	para que puedan conectar con mercados más amplios.
--	--

Discusión de Resultados

Con base en los resultados obtenidos de las entrevistas, donde se reflejan las opiniones individuales de quienes forman parte de las empresas relacionadas al sector agroindustrial alimentario, se pudo conocer la situación más a fondo de la realidad que actualmente atraviesa el sector y que aspectos consideran ellos más importantes a priorizar dentro de la cadena de valor, a fin de obtener mejoras tanto para los productores, las empresas y el país.

De esta manera, surge la necesidad de ser reconocidos en mercados externos que, sorpresivamente a pesar de ser un país abundante en productos del agro y un clima ventajoso, aún las políticas de promoción actuales no tienen seguimiento, dejando en el olvido a aquellos asociaciones y empresas que buscan crecer.

A ello se suma el difícil acceso a créditos limitando su competitividad y producción y en caso de ser otorgados se les retiran el seguro campesino, lo que hace que aquellos opten por invertir su propio capital. Además, persiste el uso de los mismos procesos obsoletos que se han usado por años en cuanto a la tecnología.

Por tanto, se considera pertinente mejorar el proceso productivo del sector en cuestión, puesto que, las inconsistencias se encuentran tanto en actividades internas como el proceso de plantación, cosecha y producción y actividades externas que corresponderían a todo el procedimiento y la forma en cómo se comercializa el producto hasta que llegue al consumidor final; así como también, el precio del

producto junto con los intermediarios que está afectando particularmente a los productores pequeños, quienes son los involucrados en todo el proceso hasta llegar a un producto listo para ser vendido.

Los productores al no poseer un alto nivel de competitividad y no tener venta directa con los consumidores, venden sus productos a un precio por debajo del esfuerzo de su trabajo a los intermediarios, quienes posteriormente aumentan el valor de venta al público ganando el doble del valor, en comparación de quienes produjeron los productos.

Conclusión

Con los resultados obtenidos, se enfatiza la relevancia de la cadena de valor en el proceso productivo para la exportación, a fin de que se pueda tomar como referencia a futuro y facilitando el apoyo y desarrollo del sector, ya que hay un difícil acceso a las herramientas tecnológicas pero que podrían llevar a generar mayores ingresos económicos a menor costo de producción y con ello la apertura a nuevos mercados.

Las debilidades del sector agroindustrial alimentario se ven reflejadas en la primera parte del proceso productivo de la cadena de valor siendo esta la formación del cultivo, misma que consiste en el uso de productos agroquímicos, fertilizantes y abonos agrícolas. Estos deben ayudar a que las cosechas sean de calidad, lo que efectivamente sucede.

Sin embargo, no todas las plantaciones son favorecidas, haciendo que parte de estas no se logren cosechar de forma óptima, por lo que se debería cambiar estos productos por unos que beneficien a todos los

terrenos sembrados. Aun así, ciertos productores tienen dificultades para mejorar sus procesos productivos, debido a la falta de capital o falta de innovación en los procesos, sumando a esto la inexistencia de un seguimiento adecuado a la promoción de las marcas en mercados externos.

Los productores, empresas y asociaciones que buscan crecer, pretenden aliarse al Estado en busca de oportunidades; sin embargo, hay prioridades que están por encima del sector. Aun así, en los casos que estos créditos son otorgados les retiran el seguro campesino, lo que provoca un límite en su capacidad de avanzar y aportar al país; y por lo que prefieren invertir su propio capital y vender productos por debajo del costo de su esfuerzo. Todo ello, ocasiona un limitante al acceso de maquinarias adecuadas, a herramientas tecnológicas y a generar productos de mejor calidad,

Finalmente, con base a los resultados obtenidos, se puede concluir que existen factores a mejorar dentro de la cadena productiva del sector agroindustrial alimentario; sin embargo, unos se centran más en las dificultades de acceder a créditos que recae sobre las empresas pequeñas para poder tener mayor acceso a maquinarias que aceleren el proceso de producción.

Por otro lado, las empresas grandes que realizan exportaciones, recalcan la manera de mejorar la comercialización de dichos productos y resaltan de manera enfática, la falta de políticas de promoción para que se den a conocer las marcas y productos del agro que produce nuestro país, para los mercados internacionales.

Referencias

- Arias, G. Z. (2011). *Repositorio Cepal. Serie Estudios y perspectivas*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4911/1/S1100344_es.pdf
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Resumen del Sistema de Balances del Banco Central del Ecuador*. https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IE_Mensual.jsp
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. <https://aplicaciones3.ecuadorencifras.gob.ec/BIINEC-war/index.xhtml>
- Delgado, I. (2018). *Población y Muestra. Metodología de la investigación*.
- FAO. (2020). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/rlc/docs/covid19/Bolotin-FAO-CELAC.pdf
- Hernández, J., & Herrera, D. (2005). *Cadenas agroproductivas*. <http://repiica.iica.int/docs/B3380e/B3380e.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería, (2019). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/indicadoragroecomercio>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *Sistema de Información Pública Agropecuaria*. <http://geoportal.agricultura.gob.ec/>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*, 35(1). Santiago de Chile: Int. J. Morphol.
- Quevedo, T. (2013). *Agroindustria y concentración de la propiedad de la tierra. Observatorio del Cambio Rural*. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/54959.pdf>
- Reid, G. F. (2017). *Desarrollo Sostenible en America Latina y el Caribe*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/2941>

Rivas Tovar L, & L. (2017). Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales. En *Contaduría y Administración* (pp. 1100-1117).

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. Interamericana Editores

Silva Culler, A. (Noviembre de 2019). *Cadenas agroalimentarias. Enfoques teóricos: análisis económico, métodos y casos*. https://www.researchgate.net/publication/336994548_Cadenas_agroalimentarias_Enfoques_teoricos_analisis_economico_métodos_y_casos

Torres Gaitán, R. (2013). La teoría del comercio internacional de Adam Smith. Problemas del desarrollo. *Revista Latinoamericana de Economía*, 7(28). <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.1976.28.41892>

Las plataformas de concertación como determinante en la reactivación de las exportaciones del sector agrícola ecuatoriano

Ec. Luis Roberto Asencio Cristóbal, MSc.
Universidad de Guayaquil
luis.asencioc@ug.edu.ec

Ing. German Aníbal Narváez Vásquez, PhD
Universidad de Guayaquil
german.narvaezv@ug.edu.ec

Alisson Emilia Rodas Lois
Universidad de Guayaquil
alisson.rodasl@ug.edu.ec

Karen Roxana Sagñay Orellana
Universidad de Guayaquil
karen.sagnayo@ug.edu.ec

Resumen

El sector agrícola promueve el desarrollo económico del Ecuador, a través de la exportación de sus productos. Este sector lo conforman una gran cantidad de pequeños productores que mediante sus asociaciones tratan de exportar sus productos para así optimizar sus costos. Es por ello, que el presente trabajo tiene como objetivo analizar el uso de las plataformas de concertación y proyectos compartidos para la reactivación de las exportaciones del sector agrícola en la zona de planificación 5 del Ecuador. La metodología empleada en la investigación tiene un enfoque cualitativo, de tipo documental bibliográfico, el instrumento utilizado es la guía de entrevista realizada a productores y exportadoras de productos agrícolas de la zona de planificación 5. Los resultados obtenidos describen la importancia de gestionar proyectos que fortalezcan la comunicación y colaboración de diversas entidades, para así prestar ayuda conjunta a los pequeños productores y exportadoras agrícolas en la reactivación de sus exportaciones.

Palabras clave: plataformas de concertación, proyectos compartidos, cadena agroalimentaria, sector agrícola.

Abstract

The agricultural sector promotes the economic development of Ecuador, through the export of its products. This sector is made up of a large number of small producers who through their associations try to export their products in order to optimize their costs. For this reason, the objective of the present work is to analyze the use of platforms for consultation and shared projects for the reactivation of exports from the agricultural sector in planning zones 5 of Ecuador. The methodology used in the research has a qualitative approach, it is of a bibliographic documentary type. The instrument used is the interview guide carried out with producers and exporters of agricultural products in planning zone 5. The results obtained describe the importance of managing projects that strengthen the communication and collaboration of various entities, in order to provide joint help to small agricultural producers and exporters in the reactivation of their exports.

Key words: concertation platforms, shared projects. agri-food chain, agricultural sector.

Introducción

El sector agrícola, es uno de los ejes más significativos para el desarrollo del Ecuador y “la base para una multiplicación positiva de indicadores macroeconómicos” (Ryazanova, 2019). La agricultura es tan necesaria para la población, puesto que es quien nos suministra los alimentos diarios y sobre todo también se cultivan con el fin de ser exportados. En el año 2019 el sector agrícola aportó un 8% al PIB total del país. Para esta actividad se utilizan más de 2.500.000 hectáreas, en las cuales se siembran productos como: cacao, verduras, frutas, hortalizas, entre otros (MAG, 2019).

A pesar de poseer un suelo fértil, los pequeños productores del sector agrícola han tenido dificultades al momento de comercializar y distribuir sus productos en el mercado nacional e internacional, algunas de esas dificultades nacen de la falta de experiencia en términos de negociación, exigencias del mercado y

escaso apoyo de instituciones públicas y privadas. Es por ello, que los pequeños productores optan por ofertar sus productos a través de intermediarios, sin embargo, los precios negociados con estos comerciantes no son justos (López, 2020).

Este tipo de cuestiones afectan a los pequeños productores de la Zona de Planificación 5 del país, integrada por las provincias de Guayas, Los Ríos, Santa Elena, Bolívar y Galápagos; ya que mediante sus cosechas generan escasos ingresos para reinvertir y subsistir. Para competir en los mercados, los pequeños agricultores han optado por asociarse, y de esta manera cubrir la demanda extranjera de productos agrícolas; sin embargo, la idea no ha funcionado para todos.

En consecuencia, los pequeños agricultores buscan otra manera de impulsar sus exportaciones; para ello deben considerar la posibilidad de formar parte de las plataformas de concertación y proyectos compartidos que servirá como estrategia para acceder a la colaboración de instituciones sociales, públicas y privadas, que ayudaran a mejorar los procesos productivos y comerciales y a la reactivación de las exportaciones de productos agrícolas.

El presente trabajo tiene como propósito determinar si las plataformas de concertación y proyectos compartidos ayudan a la reactivación de exportaciones de productos agrícolas, principalmente de las frutas ecuatorianas, mediante el análisis de datos, que permitan sustentar la participación y eficiencia que obtendrían los pequeños productores al utilizar este instrumento para la reactivación de las exportaciones de productos agrícolas.

La producción en el sector agrícola ecuatoriano

En la actualidad, la situación económica mundial se encuentra en un punto de quiebre con consecuencias muy graves, principalmente para países como el Ecuador. El sector agrícola tiene una importancia incuestionable en la mayoría de los países, ya sea como fuente de alimentos, materias primas y energía, como parte de cadenas agroindustriales de producción, como eje de economías regionales, o como fuente de empleo e ingresos por exportación. Sin embargo, su desarrollo requiere de recursos financieros difíciles de obtener, tanto de fuentes internas como externas, por las particularidades, complejidades y riesgos específicos del sector (Molina & Victorero, 2015).

Por otro lado, la producción es considerada uno de los procesos económicos fundamentales como medio para crear riqueza, de la misma manera se puede conceptualizar como la creación y procesamiento de bienes, mercancías y servicio en el cual abarca su concepción.

Un proceso de producción se lleva a cabo en las empresas, las cuales están compuestas en sectores productivos y sectores económicos. La actividad productiva consiste en transformar bienes intermedios como materia prima y productos semielaborados en bienes terminados, mediante el uso de factores productivos básicamente trabajo y capital (Economía, 2016).

En este sentido la producción agrícola, consiste en generar bienes o alimentos como cereales para la alimentación humana, mediante la explotación de terrenos fértiles (siembra de semillas certificadas), para lo cual es necesario que se adopten verdaderas políticas agroalimentarias, considerando temas como el respeto al

medio ambiente, la tecnología, la inversión, entre otros (Pérez & Razz, 2009).

La cadena productiva es la agrupación estructurada de pasos a seguir para la producción de algún producto desde la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización hasta llegar al consumidor final, en la cual involucra a varios actores como son proveedores, productores, procesadores, distribuidores, comerciantes y consumidores; cada uno tiene su papel importante ya que con ellos se formaliza lo que es la cadena productiva (Silva Culler, 2019).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2019), la superficie para la labor agropecuaria en 2019 a nivel nacional fue de 5.110.548 hectáreas, en la cuales, la mayor superficie es utilizada para los pastos cultivados y la otra porción mayor, es destinada a los cultivos permanentes.

En el 2019 los cultivos permanentes, presentaron un crecimiento del 3,9% en referencia al año anterior. En la Región Costa se sitúa la mayor superficie con el 72,6%, seguida de la sierra con un 17,5% y la Amazonia con 9,9%.

En la siguiente tabla, se presenta el uso del suelo (has) en las regiones de Ecuador:

Tabla 1*Uso del suelo (Hectáreas) por regiones en Ecuador*

Region y Provincia	USO DEL SUELO (Has.)				
	Total	Cultivos Permanentes	Cultivos Transitorios y Barbecho	Pastos Cultivados	Pastos Naturales
TOTAL NACIONAL	5.110.548	1.439.504	769.708	1.985.494	915.843
REGIÓN SIERRA	1.621.496	251.332	226.048	542.866	601.249
REGIÓN COSTA	2.884.000	1.045.478	519.967	1.101.785	216.770
REGIÓN AMAZÓNICA	605.052	142.693	23.692	340.843	97.824

Nota. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-superficie-y-produccion-agropecuaria-continua-bbd/>

De acuerdo con Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Senplades (2012), la Zona de Planificación 5 se caracteriza por su fertilidad, debido a su auge productivo y comercial, también por su accesibilidad a los diversos puertos y aeropuertos. Esta zona geográfica se destaca por la producción y exportación de productos agrícolas como el banano, cacao, café, caña de azúcar, maíz, arroz y frutas tropicales.

A continuación, se describe los cultivos de las diferentes provincias de la Zona de Planificación 5 del Ecuador, excepto Galápagos.

Cultivos de la provincia del Guayas. Mediante la información proporcionada por el Sistemas de Información Pública Agropecuaria SIPA (2020) los principales cultivos cosechados en la provincia del Guayas son el arroz, caña de azúcar para azúcar, cacao, banano, maíz duro, mango, plátano, entre otros. Sin embargo, el cultivo con mayor rendimiento en el periodo 2019, es la caña de azúcar con 76.13 toneladas por hectárea y el banano con una superficie plantada de 49,183 hectáreas obtuvo un rendimiento de 42.43 toneladas por hectárea. A continuación, se presenta, los 10 principales cultivos de productos agrícolas en la provincia del Guayas:

Tabla 2

Cultivos de la Provincia del Guayas 2019

No.	Productos	Superficie Plantada (ha)	Superficie Cosechada (ha)	Producción (toneladas)	Rendimiento (Uha)
1	Arroz (en cascara) 20% humedad 5% Imp..	207.706	207.706	1,233,446	5.94
2	Caña de Azúcar para Azúcar (tallo fresco)	101.176	99.166	7,549,123	7613
3	Cacao (Almendra seca)	89.331	89.331	62.77	0.70
4	Banano (fruta fresca)	49.183	47.1	1,998,540	4243
5	Maíz Duro Seco (grano seco) 13% humed..	41.364	41.364	272.539	659
6	Mango (fruta fresca)	17.398	15.398	102.57	666
7	Plátano (Fruta Fresca)	12.834	10.427	62.976	604
8	Palma Aceitera (fruta fresca)	11.926	10.112	163.157	1614
9	Soya (grano seco)	4.421	4.421	8.534	1.93
10	Tabaco (Hoja seca)	2.983	2.983	3.527	1.18

Nota. Sistema de Información Pública Agropecuaria, SIPA. (2020). <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas>

Cultivos de la provincia de Santa Elena. En la provincia de Santa Elena, según la información obtenida en el SIPA (2020) los principales cultivos plantados durante el año 2019 son: maíz duro, banano fresco, cacao, maíz duro (choclo), caña de azúcar, maracuyá, plátano, café robusto, mango y soya. El producto agrícola con más superficie plantada es el maíz duro seco con 4,467 hectáreas, donde se obtuvo un rendimiento de 6 toneladas por hectárea y el banano con una superficie plantada de 3,271 hectáreas rindió 36.59 toneladas por hectárea, lo que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3

Cultivos de la Provincia de Santa Elena 2019

No.	Productos	Superficie Plantada (ha)	Superficie Cosechada (ha)	Producción (toneladas)	Rendimiento (Uha)
1	Maíz Duro Seco (grano seco) 13% humed.J	4.467	4.467	26.802	6.00
2	Banano (fruta fresca)	3.271	3.271	119.695	36.59
3	Cacao (Almendra seca)	4	400	284	0.71
4	Maíz Duro Choclo (en choclo)	223	205	1.286	6.28
5	Caña de Azúcarpara otros usos (Tallo fre..)	172	172	496	2.89
6	Maracuyá (fruta fresca)	163	105	1.733	16.54
7	Plátano (fruta fresca)	137	137	692	5.05
8	Café Robusta (Grano Oro)	60	60	93	1.56
9	Mango (fruta fresca)	41	41	345	8.42
10	Soya (grano seco)	27	27	52	1.91

Nota. Sistema de Información Pública Agropecuaria, SIPA. (2020). <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas>

Cultivos de la provincia Los Ríos. En el periodo 2019, según información obtenida del SIPA (2020), la provincia de Los Ríos cultivó productos como: el cacao, maíz duro seco, arroz, banano, palma aceitera, plátano, soya naranja, yuca, caña de azúcar, entre otros. Algunos productos como el cacao comprendieron una superficie plantada y cosechada de 116,427 hectáreas, la cual obtuvo un rendimiento de 0.66 toneladas por hectáreas; sin embargo, el banano alcanzó una superficie cosechada de 61.733 has. y su rendimiento fue de 38.45 toneladas/ hectáreas, es decir generó un mayor rendimiento en la producción. Estos datos se observan en la siguiente tabla:

Tabla 4.

Cultivos de la Provincia de los Ríos 2019

No.	Productos	Superficie Plantada (ha)	Superficie Cosechada (ha)	Producción (tonelada)	Rendimiento (Uha)
1	Cacao (almendra seca)	116.427	116.427	77.095	0.66
2	Maíz Duro Seco (grano seco) 13% humed..	96.32	96.32	671.019	6.97
3	Arroz (en cáscara) 20% humedad 5% imp..	69.649	69.649	342.802	4.92
4	Banano (fruta fresca)	63.896	61.733	2,373,562	38.45
5	Palma Aceitera (fruta fresca)	41.088	37.18	579.695	15.59
6	Plátano (Fruta Fresca)	22.935	17.918	104.163	5.81
7	Soya (grano seco)	12.608	12.608	23.92	1.90
8	Naranja (fruta fresca)	5.421	5.367	39.253	7.31
9	Yuca (raíz fresca)	1.442	1.335	14.76	11.06
10	Caña de Azúcar para Azúcar (tallo fresco)	1.060	1.060	150.909	142.43

Nota. Sistema de Información Pública Agropecuaria, SIPA. (2020). <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas>

Cultivos de la provincia de Bolívar. Según los datos obtenidos del SIPA (2020) en la provincia de Bolívar durante el 2019, se cultivaron productos como: maíz duro, cacao, naranja, plátano, fréjol, maíz suave, caña de azúcar, papa, banano y orito. El cultivo más plantado con 15,725 hectáreas es el maíz duro, le sigue el cacao con 9,191 ha, naranja con 6,956 ha. En general, de estos tres cultivos se obtuvo un rendimiento parcialmente bueno; tal como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 5.

Cultivos de la Provincia de Bolívar 2019

No.	Productos	Superficie Plantada (ha)	Superficie Cosechada (ha)	Producción (tonelada)	Rendimiento (Uha)
1	Maíz Suave Seco (grano seco)	15.725	15.14	30.409	2.01
2	Cacao (almendra seca)	9.191	9.191	6.191	0.67
3	Naranja (fruta fresca)	6.956	6.169	49.813	8.07
4	Plátano (fruta fresca)	5.718	5.212	25.25	4.84
5	Fréjol Seco (grano seco)	4.355	4.293	3.266	0.76
6	Maíz Suave Choclo (en choclo)	3.536	3.438	15.512	4.51
7	Caña de Azúcar para otros usos (Tallo fresco)	2.693	2.523	262,263	103.95
8	Papa (tubérculo fresco)	2,256	2.256	41.338	18.32
9	Banano (fruta fresca)	2.109	2.065	11.456	5.55
10	Orito (Fruta fresca)	1.127	982	7.761	7.90

Nota. Sistema de Información Pública Agropecuaria, SIPA. (2020). <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas>

Exportación del sector agrícola ecuatoriano

Las exportaciones son el soporte económico de muchos países, como Ecuador, porque proporciona empleo de forma directa e indirecta y genera el ingreso de divisas. El Ecuador es un país agrícola con grandes tierras productivas que no se están siendo aprovechadas. También, cuenta con productos muy solicitados por los mercados

internacionales, esto, se pudo visibilizar a través de la pandemia, donde el Ecuador incrementó sus exportaciones de productos agrícolas. En la tabla 6 se muestra los datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador BCE (2019) sobre las exportaciones del sector agrícola y los productos primarios que lo componen, durante los periodos 2015 al 2019, en donde se observa al banano como la principal fruta tradicional exportada, con 6.875.422 toneladas en el año 2019.

Tabla 6.

Exportación de Producto Principal Toneladas

PRODUCTO PRINCIPAL	2015	2016	2017	2018	2019
A.	6.841.699	6.742.109	7.234.165	7.576.462	7.575.980
Arroz	1.114	210	447	31.556	29.027
Banano y Banano	6.267.766	6.166.463	6.575.605	6.872.363	6.875.422
Plátano	6.070.078	5.973.541	6.416.616	6.658.143	6.663.689
Cacao en grano	197.688	192.922	158.989	214.221	211.733
Café en grano	232.319	227.111	284.894	296.612	270.835
Café lavado	6.078	5.161	5.05	4.434	1.658
Cafe natural	6.078	5.156	4.956	4.365	1.548
Otras frutas	-	6	94	69	110
Melones	123.885	143.182	152.469	151.235	157.833
Piñas	20	0	-	-	0
Otras frutas	66.076	73.99	83.705	80.75	89.002
Fibras vegetales	57.789	69.192	68.764	70.485	68.831
Abacá	16.38	16.194	15.455	14.176	16.594
Algodón	8.555	11.71	9.876	8.256	10.513
Otras fibras	-	-	-	-	-
Otros productos	7.825	4.485	5.579	5.92	6.081
Tabaco en rama	194.147	183.781	200.242	206.086	224.611
Hojas de té	4.145	4.31	5.724	6.142	5.177
Maíz	825	696	761	708	590
Flores naturales	138	159	119	57	5.247
Otros prod.	145.824	143.187	148.173	154.803	158.401
	43.225	35.436	45.467	44.376	55.197

Nota. BCE. (2019). *Información Estadística Mensual.*

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Anuario/Anuario40/IndiceAnuario42.htm>

En la tabla anterior, se observa la exportación en toneladas de

productos agrícolas durante el periodo 2015 al 2019. A lo largo de los 4 años de análisis, se refleja un crecimiento mínimo, sin embargo, en el último año el margen de toneladas exportadas se redujo, esto debido a que ciertos productos no tradicionales dejaron de exportarse por las exigencias de los importadores. De igual manera, en la siguiente tabla se muestra las exportaciones 2015-2019, en miles de dólares FOB.

En la tabla 7, se muestra el flujo económico que generan las exportaciones del sector agrícola durante el periodo 2015- 2019. Con respecto a los dos últimos años, los ingresos han aumentado, a pesar, que las exportaciones agrícolas en número de toneladas se redujeron. Además, se muestra los diversos productos agrícolas tradicionales y no tradicionales.

Tabla 7

Exportación Agrícola-Miles dólares FOB

PRODUCTO PRINCIPAL	2015	2016	2017	2018	2019
AGRICOLA	4.550.799	4.411.805	4.686.907	5.038.159	5.207.473
Arroz	1.014	230	350	18.478	18.195
Banano y platano	2.808.119	2.734.164	3.028.195	3.215.933	3.295.159
Banano	2.730.346	2.655.342	2.951.917	3.121.441	3.173.906
Plátano	77.773	78.822	76.277	94.491	121.253
Cacao en grano	692.849	621.432	571.729	672.235	656.656
Café en grano	18.085	17.856	16.888	12.769	7.876
Café lavado	18.085	17.826	15.561	11.94	6.859
Cafe natural	-	30	1.327	828	1.017
Otras frutas	80.216	97.506	108.318	125.571	160.072

Melones	8	0	-	-	1
Piñas	31.967	37.474	44.34	41.15	42.694
Otras frutas	48.242	60.032	63.978	84.42	117.376
Fibras vegetales	15.855	25.771	23.217	20.681	28.663
Abacá	14.765	25.14	22.494	19.964	28.015
Algodón	-	-	-	-	-
Otras fibras vegetales	1.09	631	723	718	648
Otros productos agrícolas	934.632	914.83	938.204	972.492	1.040.853
Tabaco en rama	57.569	53.697	66.866	71.641	77.189
Hojas de té	1.503	1.295	1.447	1.427	1.1
Maíz	103	609	351	103	1.514
Flores naturales	819.939	802.461	820.48	843.372	879.779
Otros prod. Agrícolas	55.545	56.784	49.066	55.949	81.272

Nota. BCE. (2019). *Información Estadística Mensual.*

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Anuario/Anuario40/IndiceAnuario42.htm>

Las Plataformas de Concertación

El término “plataforma” es utilizado en muchos contextos, existe la tendencia a concebir una plataforma como la aplicación a un grupo de personas que se reúnen para cumplir un objetivo en particular, también es frecuente referirse a propuestas metodológicas para la capacitación e investigación. Según, (Thiele & Bernet, 2005) definen a las plataformas de concertación como “un espacio de interacción entre diferentes tipos de interesados que comparten un recurso o interés común, donde interactúan para mejorar el entendimiento mutuo, aprender, negociar, consensuar prioridades, definir roles y acordar acciones conjuntas”.

Las plataformas de concertación se están convirtiendo en una estrategia fundamental para la reactivación del sector agroexportador ecuatoriano a través del desarrollo de proyectos compartidos. Su principio básico es que las partes interesadas dependen unas de otras para lograr resultados del desarrollo agrícola y, por lo tanto, necesitan un espacio donde puedan aprender, negociar y coordinar para superar desafíos y capturar oportunidades a través de un proceso de innovación eficaz (Schut, Dubois, Kamanda, & Stoian, 2018).

Las plataformas tienen como objetivo contrarrestar las debilidades de los sistemas tradicionales y desorganizados del sector agrícola, construyendo interacción entre diferentes tipos de actores y sus organizaciones, promover cambios en prácticas, instituciones y políticas y desplegar de manera efectiva recursos humanos y financieros disponibles para resolver problemas y capitalizar oportunidades (Davies, 2016).

Estas buscan consensuar procesos de intervención en cadenas productivas con instituciones y organizaciones vinculadas de forma directa o indirecta con un rubro productivo (Reinoso & Pico, 2007).

Para Thiele & Bernet (2005) las plataformas son muy importantes porque abren la posibilidad de aprendizaje social ya que esto ocurre cuando pasamos de un nivel de cognición múltiple a cognición distribuida. El autor sostiene que este cambio no ocurre por acción de las fuerzas de mercado o del cambio tecnológico, esto muchas veces se puede requerir de una facilitación u otros tipos de apoyo para que los actores locales funcionen dentro de este espacio. Las plataformas son relevantes cuando aparecen "contradicciones sobre el uso de recursos, pero no existe una capacidad de tomar decisiones donde el problema es percibido como resoluble.

Según, Handy (1985) las plataformas para que puedan ser consolidadas y puedan obtener óptimos resultados, tienen que seguir una serie de fases, como: i) Formación: ya que es necesario un período de conocimiento mutuo, ii) Confrontación: los participantes discuten las actividades de la plataforma y trazan un objetivo común, iii) Determinación de roles: etapa en la que los actores asumen un papel específico, iv) Desempeño: los participantes funcionan como un equipo.

Por otro lado, Handy precisa que es posible crear plataformas en tres niveles diferentes:

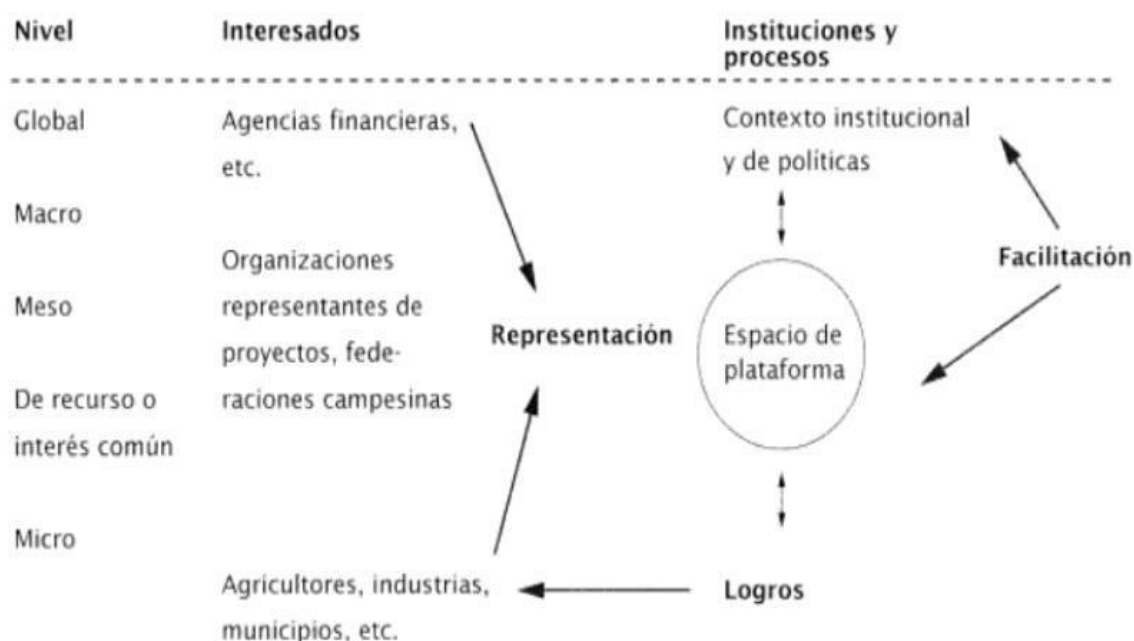
- Micro, o nivel local, que corresponde a una Comunidad.
- Meso, o nivel intermedio, que podría corresponder a nivel Municipio (u organizaciones en una región).
- Macro, o nivel nacional, que podría corresponder a varias Provincia.

En la Figura 1, se muestra la representación de una plataforma, la misma que ilustra en cada nivel, a los actores en el recurso compartido. A nivel local los actores se conocen mejor, por lo que es más fácil y evidente su interdependencia; a niveles más altos, los actores no se conocen tan bien y es posible que la interdependencia sea más difícil de percibir.

Sin embargo, las plataformas deben funcionar a niveles más altos porque no es posible tomar decisiones o resolver problemas a niveles inferiores. Por ello, determinar en qué nivel debería funcionar la plataforma, es un factor crítico.

Figura 1.

Esquema de una plataforma



Nota. Thiele, G., & Bernet, T. (2005). *Conceptos, pautas y herramientas del enfoque participativo de las cadenas productivas y plataformas de concertación.* https://www.researchgate.net/publication/328188344_Conceptos_pautas_y_herramientas_del_enfoque_participativo_de_cadenas_productivas_y_plataformas_de_concertacion

Metodología

La investigación tiene un enfoque cualitativo, de tipo bibliográfica y descriptiva. Se utilizó el método análisis-síntesis; el análisis se refiere a la descomposición de partes de un todo hasta conocer sus diversas relaciones y componentes, mientras que la síntesis se refiere a una validez particular sobre el objeto que se investiga. De esta manera, se analizó cada uno de los aspectos de las plataformas de concertación para comprender su aportación al sector agrícola.

Otro método empleado es el inductivo-deductivo, el primero comprende diversos razonamientos particulares, mientras que lo deductivo se refiere al proceso de afirmaciones generales que llegan a lo particular. De esta forma, se llega a conclusiones generales respecto a los beneficios que brinda la implantación de las plataformas de concertación para el sector agrícola.

En el presente trabajo, se utilizó la entrevista como instrumento de investigación, para la recopilación de información de los actores sociales, referente a las plataformas de concertación y proyectos compartidos y de las exportaciones del sector agrícola. Las preguntas de la guía de entrevista fueron dirigidas a empresarios, exportadores y productores del sector agrícola.

Población y muestra

De acuerdo con Morles (2006) se considera población a un conjunto de individuos, instituciones y empresas que poseen relación con el tema investigado. Para esta investigación se seleccionó como población a las empresas agrícolas, principalmente ubicadas dentro de las provincias de la zona de planificación 5 de Ecuador. Según la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros SUPER CIAS (2019), se determinó que existen un total de 547 empresas agrícolas en las provincias del Guayas, Los Ríos, Santa Elena y Bolívar.

Los criterios para delimitarlas son: su estado legal (activa) y el tipo de compañía (anónima o mixta). A continuación, presentamos un cuadro donde se detallará el número de empresas agrícolas por provincia.

Tabla 8.*Empresas agrícolas seleccionadas por provincia - Zona 5*

Provincia	Cantidad de Empresas
Santa Elena	3
Guayas	503
Los Ríos	35
Bolívar	2
Galápagos	4
Total	547

Respecto a la muestra, se tomó una muestra no probabilística intencional a conveniencia, considerando las limitaciones de la investigación. Una muestra a conveniencia hace referencia a seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible (Ochoa, 2015).

En ese sentido, de la población señalada se seleccionó una muestra a conveniencia, fijada por 3 empresas agrícolas más representativas de la provincia del Guayas, determinadas por los criterios de disponibilidad, facilidad y otras características del sector de interés.

Cabe resaltar que la selección de empresas se hizo considerando las limitaciones provocadas por la pandemia del COVI-19; además, estuvieron dispuestas a colaborar y proporcionar información, por medio de la entrevista.

A continuación, se presenta los expertos seleccionados para realizar las entrevistas.

Tabla 9.*Lista de expertos a entrevistar*

No.	Nombre Expertos	Cargo	Codificación
1	Enrique López	Administrador "Reybanp"	EL
2	Luis Arroyo	Administrador finca "Mamia"	L A
3	Consuelo Mendoza Tuarez	Administrador finca "Silvita"	C M

Método Delphi para valorar a los expertos

Según López (2018), el método Delphi nos da acceso a organizar o sistematizar un proceso comunicativo de diferentes especialistas del ámbito con dirección a ayudar a resolver inquietudes sobre el problema de investigación. Mediante este método se valorará el juicio intuitivo y opiniones informadas de los expertos, en el sector agrícola del Ecuador.

Tabla 10.*Resultados Método Delphi*

Nº Experto	Cálculo del coeficiente de competencia	Nivel de Coeficiente de Competencia	Interpretación
1	$k = 0,5 (0,7 + 0,7) = 0,7$	$k = 0,5 (1,4) = 0,7$	Alto
2	$k = 0,5 (0,8 + 0,7) = 0,75$	$k = 0,5 (1,5) = 0,75$	Medio
3	$k = 0,5 (0,8 + 0,7) = 0,75$	$k = 0,5 (1,5) = 0,75$	Medio

Para la interpretación del nivel de competencia se utiliza los siguientes criterios:

- Si $0,8 < K < 1$ el coeficiente de competencia es "alto".
- Si $0,5 < K < 0,8$ el coeficiente de competencia es "medio".
- Si $K < 0,5$ el coeficiente de competencia es "bajo".

Resultados

En la siguiente tabla se muestra los criterios obtenidos por cada uno de los entrevistados, así como la interpretación de sus resultados

Tabla 11.

Entrevistas a representantes del Sector en estudio.

Preguntas	CM	LA	EL	Interpretación
1. ¿Usted tiene conocimiento de las plataformas de concertación y proyectos compartidos?	No tengo conocimiento del nombre del Proyecto de plataformas	Tengo poco conocimiento sobre ese tema.	Si, conozco. He escuchado algo en la sierra, pero aquí todavía no se usa tanto. Pero sería bueno impartir más información sobre estos proyectos.	Los entrevistados tienen algún conocimiento sobre las plataformas de concertación dentro de la cadena productiva
2. ¿Considera usted que las plataformas de concertación y proyectos compartidos pueden ser eficientes?	Si, ya que su intervención es fundamental para el desarrollo y progreso del sector agrícola.	Si, necesitamos que las empresas públicas y privadas le den atención al sector agrícola.	Yo creo que, si hay un apoyo por diversas instituciones aparte del estado, quizás cambie algo.	Los entrevistados consideran que la participación de las instituciones es importante para promover las plataformas de concertación
3. ¿Considera usted que la participación de instituciones públicas y privadas en el proyecto de plataformas de concertación y proyectos compartidos, ayudaría a la reactivación de las exportaciones del sector agro?	Con la breve explicación que me han impartido, considero que sí podrían funcionar.	Sí, porque nuestro producto sería entregado de forma directa y no a intermediarios.	No lo sé porque no he formado para de estos proyectos.	Consideran que sería una excelente idea de formar parte de las plataformas de concertación
4. ¿De qué manera actuaron los pequeños agricultores durante la pandemia para evitar el desabastecimiento de alimentos a nivel nacional?	Continuando con la siembra y cosecha de productos alimenticios.	En la comunidad se realizaron cultivos a corto plazo para su propio consumo.	Principalmente a seguir produciendo y comercializando el producto ya que el país no se podía quedar sin alimentos, eso generaría aún más problemas de los que ya teníamos.	La mayoría de los agricultores siguieron con sus cosechas para abastecer la demanda nacional frente a la pandemia

5. ¿Qué efecto ha dejado el covid-19 en la comercialización, producción o exportación de productos agrícolas?	Bajaron los precios de nuestros productos, aumentaron los pedidos ya que muchos otros productores no se podían movilizar por las restricciones.	Aumento la demanda de productos, pero el valor nunca subió.	En la comercialización tanto nacional como internacional, la hizo lenta, pero siguió adelante. Sin embargo, si genero retraso por las medidas de seguridad que se debíamos cumplir.	Los entrevistados mencionaron que el precio de los productos disminuyo debido al aumento de la demanda de los productores alimenticios
6. ¿Cree usted que el incremento de las exportaciones del sector agrícola, favorecen a la economía del País?	Sí, porque esta genera empleo de forma directa e indirecta.	Totalmente de acuerdo, Ecuador es un país agrícola con grandes tierras productivas que no se están aprovechando.	Si, nuestros productos son muy solicitados por los mercados y creo que las exportaciones son las que mantienen prospero económicamente al país.	Las exportaciones son fundamentales en las economías de los países, por tanto, hay que aprovechar al máximo las capacidades productivas del país.
7. ¿Cree usted que la calidad de los productos del sector agrícola ecuatoriano, influye a que los mercados internacionales los prefieran?	Por supuesto, su calidad, sabor y presentación son los que hacen que estos productos sean apetecibles para el consumidor.	Tiene que ver la calidad y sabor ya que los mercados eligen los productos, por su aporte natural. El producto ecuatoriano es su calidad, su buen cuidado, la erradicación del uso de plaguicidas, el clima y la manipulación correcta de los productos.	Claro que sí, ese es uno de los factores a que los países elijan nuestro producto. Sin embargo, muchas veces países también se dejan llevar por el precio del producto y no por su calidad.	La calidad de los productos es la clave para acceder a los mercados, ya que su sabor, textura y tamaño hacen que el producto sea acogido por los clientes
8. ¿Considera usted que las restricciones de las exportaciones durante la emergencia sanitaria, originaron un descenso de las mismas sobre los productos agrícolas?	Si, se originó la baja de precio por lo que muchos de mis productos se quedaron en bodega.	No, los productos siguieron comercializando y exportando aun en mayor cantidad.	Las exportaciones siguieron, pero a paso lento. Y a pesar de ello, el sector de productos alimentarios obtuvo un crecimiento leve.	Las restricciones limitan las transacciones comerciales por tanto afecta tanto interna como externa el mercado

Discusión de resultados

Con los resultados obtenidos se determinó que los entrevistados del sector privado poseen algún conocimiento sobre el tema y están de acuerdo con el criterio referente a la participación de las instituciones públicas y privadas, en las plataformas de concertación y proyectos compartidos, donde puede resultar eficiente el uso de las mismas para generar cambios en la cadena productiva y a nivel organizacional de las asociaciones agrícolas y pequeños productores.

La finalidad de este tipo de proyectos es brindar apoyo a los pequeños agricultores e impulsar las exportaciones del sector agrícola, a través del fortalecimiento de alianzas estratégicas.

La mayoría de los expertos entrevistados concuerdan con la premisa de que las plataformas de concertación y proyectos compartidos pueden generar cambios positivos. Por otra parte, les llama la atención el enfoque, que principalmente fue creada para fortalecer la cadena productiva del sector agrícola y sus empresas. Con los datos obtenidos mediante el instrumento de investigación, se determina que ninguna de las empresas agrícolas seleccionadas dentro de la región costa, forma parte de un proyecto compartido.

A pesar de ello, uno de los entrevistados identifico a la región sierra, como el lugar donde se ha dado inicio al uso de plataformas de concertación, respectivamente. Se conoce que en dicha región se plantearon dos proyectos denominados FORTIPAPA Y CONPAPA, donde se estudia la producción y comercialización de papa. Estos proyectos si cumplieron con el objetivo de incrementar las ventas de sus productos.

Es indiscutible que el sector agrícola es muy rentable y es indudable que la paralización de sus actividades repercute en la economía de país. Por ello, es imprescindible que los pequeños productores que tengan la capacidad de suministrar alimentos a nivel local e internacional formen parte de un proyecto compartido, ya que sucesos como la pandemia podrían dificultar su producción y comercialización.

Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos encontramos que gran parte de los productores y empresas del sector agrícola no forman parte de proyectos compartidos. Sin embargo, resaltan su eficiencia basándose en referentes generados en la sierra ecuatoriana, en donde se incrementó la venta de papa por la aplicación de las plataformas de concertación y proyectos compartidos.

El sector agrícola arrastra problemas de bajo valor agregado en los productos agropecuarios, acceso mínimo a los servicios de apoyo para la producción y comercialización. A pesar que los campesinos tengan una comunidad integra o asociaciones, al momento de salir al mercado de manera individual, no tienen el poder de negociación y en ese instante se refleja una disminución en sus ingresos. Por ello es necesario tomar en cuenta la existencia de los planes o proyectos que pueden ayudar a que los pequeños productores logren posicionarse en el mercado e incrementar sus ganancias.

Los productores de las provincias de la zona de planificación 5 de Ecuador, no tienen duda que las plataformas de concertación y proyectos compartidos son un medio para asociarse y lograr derribar su obstáculo de producción y comercialización e incorporación a nuevos mercados. Para ello es necesario mejorar la cadena de valor en el sector agrícola, identificando las actividades primarias y de apoyo con el fin de aportar a esta sección y reactivar la comercialización para la exportación.

Por último, es importante enfatizar la importancia de la incorporación de todos los actores involucrados, así como la participación de las entidades públicas y privadas, las cuales son un eje sustancial para la cadena de valor del sector agrícola, con lo cual generaría un progreso significativo del sector agrícola, permitiendo ofrecer seguridad alimentaria para la población, tomando en cuenta que con ello también se incitaría a la intervención en los mercados del exterior.

Referencias

- BCE. (2019). *Información Estadística Mensual*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Anuario/Anuario40/IndiceAnuario42.htm>
- Davies, R. (Septiembre de 2016). *Big data and big data analytics*. Servicio Europeo de Investigación Parlamentaria. *Economía*. <https://sites.google.com/site/chavezramirezjesuseconomia/unidad-2/2-3-teoria-de-produccion>
- Handy, C. (1985). *Understanding Organizations*, Penguin Books <https://www.penguin.co.uk/books/150/15060/understanding-organizations/9780140156034.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-superficie-y-produccion-agropecuaria-continua-bbd/>
- López, A. (25 de 5 de 2020). *Rebelión*. <https://rebelion.org/cadena-de-comercializacion-agropecuaria-en-el-ecuador/>
- López Gómez, E. (2018). El método Delphi en la investigación actual en educación: una revisión teórica y metodológica. *Educación XX1*, 21(1), p.17, doi: 10.5944/educXX1.15536. <https://www.redalyc.org/pdf/706/70653466002.pdf>

- MAG. (9 de 9 de 2019). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. <https://www.agricultura.gob.ec/agricultura-la-base-de-la-economia-y-la-alimentacion/>
- Molina, E. -A., & Victorero, E. (2015). *La agricultura en países subdesarrollados. Particularidades de su financiamiento*. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Cuba/cieih/20150908010537/Financiamientoagricultura.pdf>
- Morles, V. (2006). Guía para la elaboración y evaluación de proyectos de investigación. *Revista de Pedagogía*: <https://www.redalyc.org/pdf/659/65926549008.pdf>
- Ochoa, C. (29 de mayo de 2015). *netquest*. <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>
- Pérez, J., & Razz, R. (2009). La teoría general de los sistemas y su aplicación en el estudio de la seguridad agroalimentaria. *Revista de Ciencia Sociales, XV(3)*, 446-498. Recuperado el 21 de Diciembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28014489010.pdf>
- Reinoso, I., & Pico, H. (2007). https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/3288/8/iniaps_c370.pdf
- Ryazanova, G. (2019). *Science Direct*. Obtenido de Transformation of agricultural enterprises on the boundary of the XX-XXI centurie: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405896319323869>
- Schut, M., Dubois, T., Kamanda, J., & Stoian, D. (2018). *Plataformas de innovación en investigación agrícola para el desarrollo*. <https://www.cambridge.org/core/journals/experimental-agriculture/article/innovation-platforms-in-agriculturalresearch-fordevelopment/E149AE573D72F5E04B1CFEFC4E68D48F>
- Silva Culler, A. (Noviembre de 2019). *Cadenas agroalimentarias. Enfoques teóricos: análisis económico, métodos y casos*.

https://www.researchgate.net/publication/336994548_Cadenas_agroalimentarias_Enfoques_teoricos_analisis_economico_metodos_y_casos

Sistema de Información Pública Agropecuaria. SIPA. (2020).
<http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades. (2015).
Folleto informativo. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-5.pdf>

SUPER CIAS, S. d. (2019). *Portal de información*. Superintendencias de Compañías del Ecuador:
https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portalInformacion/sector_societario.zul

Thiele, G., & Bernet, T. (2005). *Conceptos, pautas y herramientas del enfoque participativo de las cadenas productivas y plataformas de concertación*.
https://www.researchgate.net/publication/328188344_Conceptos_pautas_y_herramientas_del_enfoque_participativo_de_cadenas_productivas_y_plataformas_de_concertacion

CAPÍTULO 4

Gestión fiscal



Evolución del gasto tributario en el Ecuador: revisión de los años 2016 y 2017

Marco Antonio Posligua San Martín

Instituto Universitario San Isidro
posliguamarco@sanisidro.edu.ec

Ruth Catalina Astudillo Astudillo

Instituto Universitario San Isidro
astudillocatalina@sanisidro.edu.ec

Resumen

La presente investigación analiza el Gasto Tributario en el Ecuador en los años 2016 y 2017, con la finalidad de concebir la incidencia en la aplicación de incentivos y beneficios sobre la recaudación realizada por la Administración Tributaria, y estas, sobre el Presupuesto General del Estado. El trabajo de investigación concibe una visión comparativa a nivel latinoamericano, con el objeto de analizar la aplicación del gasto tributario en dichos países, así como su incidencia en el PIB. La metodología aplicada en esta investigación se realiza desde la óptica de análisis estadístico descriptivo de los datos obtenidos, comparando el gasto tributario versus la recaudación efectiva, y estos, con relación con el Presupuesto General del Estado. La investigación realizada muestra que el gasto tributario en el Ecuador asciende a valores superiores a los 4.600 millones de dólares, cuya incidencia en el Presupuesto General del Estado supera el 10%. Además, circundando el 60% del gasto tributario se destina en productos y servicios con tarifa IVA 0%, y, en la exención del pago de Impuesto a la Renta de personas naturales (beneficios); y, apenas con un poco más del 20% en incentivos para personas jurídicas. Desde dicha óptica, se permea la regresividad por efecto de impuestos indirectos (IVA) y evita el pago de personas naturales cuyos ingresos sean menores a la base imponible. Sin embargo, al no tener equilibrio entre beneficios e incentivos, en especial en este último, no genera demanda agregada.

Palabras clave: impuestos, gasto tributario, incentivos tributarios, beneficios tributarios, Ecuador.

Summary

This investigation analyzes Tax Expenditure in Ecuador from 2016 to 2017, in order to conceive the incidence at application of incentives and benefits on the income from Tax Administration, and these, on the National State Budget. This investigation is a comparative vision at

Latin American level, in order to analyze the application of tax spending in these countries, as well as its incidence on GDP. The methodology applied in this investigation is based on statistical analysis of the data obtained, comparing tax spending versus effective collection, and these, in relation to the National State Budget. The investigation shows the tax expenditure in Ecuador amounts over than 4,600 million dollars, whose incidence more than 10% in the National State Budget. Surrounding 60% of the tax expenditure is allocated to products and services 0% IVA rate, and, the base of Income Tax for natural persons (benefits); and, little more than 20% in incentives for legal entities. Regressivity permeates due to the effect of indirect taxes (IVA) and avoids the natural persons payment whose income is less than the tax base. However, as it does not have a balance between benefits and incentives, especially in the latter, it does not generate aggregate demand.

Keywords: taxes, tax expenses, tax incentives, tax benefits, Ecuador.

Introducción

Los beneficios e incentivos que componen el gasto tributario dentro de una nación comprenden la manera en que el gobierno equilibra el pago de impuestos por productos o servicios determinados o que se dispongan como exentos; o en su defecto, se crean mecanismos específicos para promover, para que personas naturales y jurídicas, mediante deducciones incidan en el crecimiento del país.

Este estudio analiza el Gasto Tributario en el Ecuador en los años 2016 y 2017, con el objeto de ver la incidencia que tiene este concepto sobre otras variables tal como el Presupuesto General del Estado y a su vez sobre el PIB. La comparación se la realiza dentro del contexto del propio año, así como entre los años mencionados, con la finalidad de colegir las variaciones en las exenciones generales aplicadas por el gobierno.

El presente estudio considera las principales variables que alimentan el Gasto Tributario en el Ecuador y para ello, se recogió

algunos conceptos internacionales desde el año 1996 hasta la actualidad.

La OCDE ha sido uno de los principales gestores teóricos del Gasto Tributario. Sin embargo, cada país en su haber tiene conceptos diferenciados y aplicaciones según la realidad de cada uno de ellos. En Ecuador la distinción se la ha realizado separando el gasto tributario en dos partes fundamentales: Incentivos y Beneficios.

Si bien es cierto que al hablar de montos globales, entre ellos, valores que superan los 4.600 millones de dólares en Gasto Tributario y que estos se distribuyan en los diferentes impuestos existentes en el Ecuador, pueden inducir al lector por qué se permite esta gran apertura por parte del Estado; incluso para algunos puede parecer exagerada, hablando exclusivamente desde el punto de vista económico, que indudablemente al no existir el Gasto Tributario podría disminuir la brecha existente en el Presupuesto General del Estado, y con ello, para otros, sería la respuesta de minorarse el tema de endeudamiento, por citar un ejemplo.

Sin embargo, la connotación económica podría ser una de las principales posturas a considerarse, pero que, viéndolo desde otra perspectiva de orden social, es una de las principales razones para generar lo que llamamos equidad, vía beneficios. Los incentivos por otra parte, su incidencia genera dinamización de la economía, dando un impacto indirecto sobre una de las tantas variables que por ejemplo sería el empleo, y con ello, generar la demanda agregada, que a la final compensaría de cierta manera esa imputación del Gasto Tributario a la sociedad.

El gasto tributario tiene indudablemente dos aristas específicas, la primera es cumplir con el principio de equidad, para evitar la

regresividad dada por los impuestos indirectos; y, la segunda, en el fomento de la actividad económica. Sin embargo, como se podrá observar en el trabajo realizado la mayor concentración (60%) del gasto tributario (beneficio) está dado en productos y servicios con IVA tarifa 0% y en la exención del Impuesto a la Renta para personas naturales.

La problemática se centra específicamente en cómo se aplica el gasto tributario en el Ecuador en los diferentes sectores de la población, y si esta aplicación del gasto tributario por parte del Estado tiene como consecuencia la activación económica aplicando el principio de equidad, por lo tanto es necesario analizar el contexto de estos años 2016 y 2017, debido a que en este período la recaudación tributaria disminuyó comparativamente con los años anteriores, dando como resultado el desequilibrio del Presupuesto General del Estado.

Desarrollo

Al iniciar con el desarrollo de la temática es inminente necesario comenzar con el análisis del Presupuesto General del Estado, por tanto, en base del presupuesto que precede en la tabla a continuación se realiza la comparación entre los años 2016 y 2017:

Tabla 3

Comparación del Presupuesto General del Estado años 2016 y 2017

Grupo Ingresos	2016	2017	Variación %
Impuestos	15.489.701.480,00	14.760.354.529,00	-5
Tasas y contribuciones	1.780.008.793,44	1.609.813.035,07	-10
Venta de bienes y servicios e ingresos operativos	81.914.065,00	62.300.846,30	-24

Rentas de inversiones y multas	344.234.795,46	449.483.407,12	31
Transferencias y donaciones corrientes	4.807.269.231,00	3.322.722.409,42	-31
Otros ingresos	56.826.250,82	67.548.007,82	19
Venta de activos no financieros	39.615.818,84	32.705.363,00	-17
Recuperación de inversiones	4.559.780,34	26.069.849,03	472
Transferencias y donaciones de capital e inversión	633.952.933,40	3.241.664.927,23	411
Financiamiento público	5.858.287.756,49	11.670.331.230,55	99
Saldos disponibles	0	610.200.400,51	100
Cuentas pendientes por cobrar	13.727.416,00	564.933.654,60	4015
Ventas anticipadas	725.000.000,00	400.000.000,00	-45
TOTAL	29.835.098.320,79	36.818.127.659,65	23

Nota. Adaptado de Ministerio de Finanzas (2017).

Al hacer la revisión de la tabla antes descrita se observa que los Impuestos sobre el Presupuesto General del Estado tienen una preponderancia del 51,9% en el año 2016 mientras que en el año 2017 está en el orden del 40,1%. En primer lugar, se analiza que el Estado depende de los ingresos tributarios en gran medida; y, en segundo lugar, los impuestos se redujeron debido a la contracción económica, evidente en dichos años. La proyección económica demasiado optimista por parte del Servicios de Rentas Internas (SRI) y efecto del terremoto del 16 de abril de 2016, condujeron a esta desestabilización.

La proforma presupuestaria para el año 2016 en comparación con los datos recaudados hay una variación del 16,88% cuya suma es de USD\$ 2.237.349,94, menor a lo planificado. Lo mismo sucedió para el año 2017 teniendo un valor menor de recaudación en casi un 8%. La "Tabla 2" hace referencia a la comparación entre lo efectivamente recaudado en los años 2016 y 2017 por parte del SRI, obteniendo como resultado un aumento relativo en términos porcentuales, en especial en los Impuestos de IVA e ICE. Desde junio del 2016 a mayo de 2017

la tarifa del IVA subió del 12 al 14%, ya que el gobierno de ese entonces tuvo que afrontar el terremoto suscitado en abril de 2016 en la provincia de Manabí. Además, se instituyó una contribución solidaria a los ingresos, que se lo clasificó en “otros”. La contribución solidaria sufrió un declive en su recaudación por ser un impuesto momentáneo.

Tabla 4

Comparativo recaudado Año 2016 y 2017

	Años		Horizontal
	2016	2017	%
Total	13.252.351,54	13.679.592,60	3,22
Renta	3.946.284,00	4.177.023,28	5,85
IVA	5.704.146,00	6.317.103,04	10,75
ICE	798.330,00	949.402,13	18,92
Otros	2.803.591,54	2.236.064,16	-20,24

Nota. Servicio de Rentas Internas - SRI. (s.f.). *Estadísticas.* Estadísticas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/estadisticas-sri>

En relación al comparativo entre los diferentes impuestos para el año 2016 sean estos directos e indirectos y con sus respectivas clasificaciones, se observa que el Impuesto al Valor Agregado – IVA representa el 43,04% del total de la recaudación, mientras que el Impuesto a la Renta está bordeando el 30%.

El sostenimiento fiscal para el año 2016, aún se apoyó en impuestos indirectos, en mayor presencia por el IVA. Para el año 2017, la incidencia del IVA es aún más representativo cuyo porcentaje asciende al 47,67%, demostrando así que los impuestos indirectos en el Ecuador son vitales para el sostenimiento del Estado.

Los esfuerzos por parte del Estado ecuatoriano pretenden sostener teóricamente en la progresividad de la estructura tributaria y la participación de los impuestos directos sobre el total de la recaudación de impuestos tal como lo describe en la línea de acción de

la política 8.4 referente a fortalecer la progresividad y la eficiencia del sistema tributario del Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir 2013 – 2017, (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES, s.f.). Sin embargo, aún para los años 2016 y 2017, la progresividad no ha podido dar frutos como tampoco ponderar sobre el 50% a los impuestos directos sobre el total de la recaudación tributaria.

El IVA para el Ecuador es un punto referencial de sostenimiento fiscal que indudablemente alimenta a las arcas fiscales, más aún de manera continua. No así con el Impuesto a la Renta, cuya incidencia en la recaudación se da una vez en el año. En el 2016 a razón del terremoto que azotó a la provincia de Manabí, y, por ende, al Ecuador, se fomentó las contribuciones tributarias especiales, las cuales ayudaron a nivelar las arcas estatales basadas en datos estadísticos disponibles.

Es inevitable suponer y concluir que el Ecuador a partir del año 2016 está experimentando una desaceleración económica lo que provoca consecuentemente la disminución de la recaudación de impuestos, que hasta los actuales momentos se evidencia claramente en la recaudación efectiva obtenida por la Administración Tributaria, a pesar de que se experimenta una ligera recuperación económica.

Desde otra óptica, en razón de los montos globales comparativos entre los años 2016 y 2017, renta tiene un crecimiento de casi 5% mientras que el IVA aumenta a un 10,75%, esto es, casi al doble, dándose así el efecto de regresividad. El ICE por su parte, el resultado es casi del 19% en aumento de un año frente al otro.

Para ahondar en el análisis es netamente necesario medir la eficiencia tributaria, para lo cual se toma en cuenta las siguientes variables a continuación:

- Inflación.
- Recaudación de impuestos.
- Tasa de crecimiento PIB.

La fórmula calcula de eficiencia tributaria:

$$E = \left[\frac{A}{B * (1 + C) * (1 + D)} \right] - 1$$

En donde:

E= Eficiencia observada en el año n

A= Recaudacion Neta en el año n

B= Recaudacion Neta en el año n-1

C= La tasa de inflación en el año n

D= La tasa de crecimiento del PIB en el año n

De acuerdo a lo acotado los resultados obtenidos del (Banco Central del Ecuador, 2018) y del (Diario El Telégrafo, 2019) de la recaudación total están en el orden de:

Tabla 5

Resultados – eficiencia tributaria. Recaudación Total

Año	Inflación	Recaudación Neta Total Millones USD	Crecimiento PIB	Eficiencia %
2011	5,41	8.721,17	0,079	
2012	4,16	11.090,66	0,056	15,62
2013	2,7	12.757,72	0,049	6,78
2014	3,67	13.313,49	0,038	-3,02
2015	3,38	13.693,06	0,001	-0,61

2016	1,12	12.091,61	-0,016	-11,25
2017	-0,2	13.224,89	0,003	9,26

Nota. Banco Central del Ecuador. (29 de marzo de 2018). <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>. Diario El Telégrafo. (11 de febrero de 2019). *Inflación de Ecuador de -0,20% en 2017, la más baja en una década.*

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/inflacion-de-ecuador-de-0-20-en-2017-la-mas-baja-en-una-decada>

Tabla 6

Resultados – eficiencia tributaria. Recaudación IVA

Año	Inflación	Recaudación Neta IVA Millones USD	Crecimiento PIB	Eficiencia %
2011	5,41	4.958,07	0,079	
2012	4,16	5.498,24	0,056	0,82
2013	2,7	6.186,30	0,049	4,44
2014	3,67	6.547,62	0,038	-1,64
2015	3,38	6.500,44	0,001	-4,06
2016	1,12	5.704,15	-0,016	-11,81
2017	-0,2	6.317,10	0,003	10,64

Nota. Banco Central del Ecuador. (29 de marzo de 2018). <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>. Diario El Telégrafo. (11 de febrero de 2019). *Inflación de Ecuador de -0,20% en 2017, la más baja en una década.*

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/inflacion-de-ecuador-de-0-20-en-2017-la-mas-baja-en-una-decada>

En las tablas anteriores se observa un crecimiento para los años 2012, 2013 y 2017. A partir del año 2014 los valores de eficiencia en la recaudación tributaria han bajado hasta situarse en el año 2016 como un año de menor eficiencia en la recaudación. Al hacer la comparación entre la recaudación total versus el IVA, se puede observar que para los años 2012 y 2013 a pesar de tener mayor

eficiencia en términos generales, el IVA no tiene los mismos indicadores, representando el 0.82% y 4.44% para los diferentes años antes descritos. A partir del año 2017 la eficiencia en la recaudación de IVA supera en datos porcentuales a la eficiencia por recaudación total, con una inflación negativa de 0.2 y un crecimiento PIB de 0.03 (mayor presión tributaria).

El objetivo del sistema tributario es buscar recaudar recursos vía impuestos, para que a través de políticas públicas se destinen dichos recursos a obras, programas y proyectos de impacto general sobre la población y en especial para generar equidad en los servicios y productos públicos al servicio de la comunidad, en esencia para financiar el gasto público.

Adentrándose en el estudio del gasto tributario, nos vemos abocados a recoger del concepto de la OCDE por los autores Villela, Lemgruber y Jorrat, que lo define como "(...) una transferencia de recursos públicos llevada a cabo mediante la reducción de las obligaciones tributarias con respecto a un impuesto de referencia (benchmark), más que por la vía del gasto directo."(Villela, Lemgruber, & Jorrat, s.f.).

Desde otro punto de vista, se puede mencionar que el Gasto Tributario se refiere a la Renuncia Tributaria de un Estado, la cual se manifiesta que, corresponde a la recaudación que el fisco deja de percibir, producto de aplicación de franquicias o regímenes impositivos especiales, con diferentes objetivos. Estos conceptos fueron desarrollados en Estados Unidos y Alemania en los años 60 y luego extendido a países que pertenecen a la OECD entre los años 70 y 80. Brasil fue el pionero en su aplicación en América Latina. En los últimos años ha tenido mayor aceptación los cuales sugieren integrarlos como un elemento más en el proceso presupuestario.

Desde la visión del Ecuador, el Manual de Gasto Tributario emitido por el Centro de Estudios Fiscales determina como gasto tributario “toda transferencia indirecta que el Estado realiza a determinados grupos o sectores económicos, efectuadas por medio de una reducción en la obligación tributaria del contribuyente” (Centro de Estudios Fiscales, 2017).

Adicionalmente en el mismo manual menciona que “(...) es el sacrificio recaudatorio que hace el Estado en incentivos¹ y beneficios², es decir en desviaciones a la regla general de la norma tributaria que reducen la carga fiscal a determinados contribuyentes como apoyo para la consecución de los objetivos de la política económica y tributaria”.

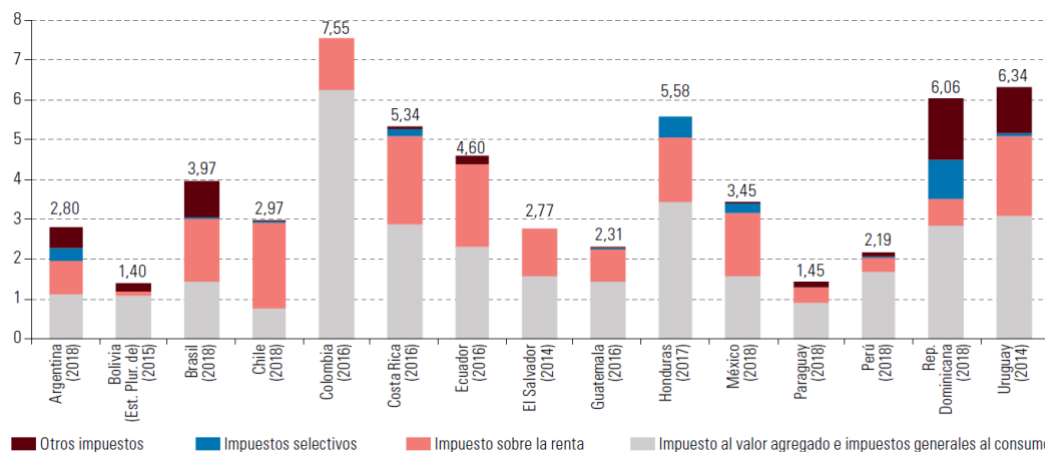
Dentro de la región latinoamericana, los gastos tributarios, también llamados renuncias tributarias tienen una connotación diferenciada a nivel regional según lo manifiesta Podestá, quien advierte sobre la complejidad en la comparación entre los países por las diferencias metodológicas aplicadas. Sin embargo, los países cuyos gastos tributarios están alrededor del 1,4% del PIB se encuentran Bolivia y Paraguay; y, por otra parte, sobre el 5% están los países de Colombia, Uruguay, República Dominicana, Honduras y Costa Rica (CEPAL), según el gráfico a continuación:

¹ Los *beneficios tributarios* son medidas legales que suponen la exoneración o una minoración del impuesto a pagar y cuya finalidad es dispensar un trato más favorable a determinados contribuyentes (causas subjetivas) o consumos (causas objetivas). Esta discriminación positiva se fundamenta en razones de interés público, equidad y justicia social.

² Los *incentivos tributarios* son medidas legales que suponen la exoneración o una minoración del impuesto a pagar y cuya finalidad es promover determinados objetivos relacionados con políticas productivas como inversiones, generación de empleo estable y de calidad, priorizar la producción nacional y determinados consumos, contención de precios finales, entre otros.

Figura 4.

América Latina (15 países): gastos tributarios por tipo de impuesto, 2018 o año más reciente (porcentaje del PIB)



Nota. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de A. Podestá, El gasto tributario en América Latina: tendencias actuales, avances y desafíos, Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), inédito, 2018.

Según la CEPAL el grueso del costo fiscal se concentra en el IVA y luego el Impuesto a la Renta. Para el caso del IVA, los países que tienen más elevados costos se encuentran los países de Colombia, Honduras y Uruguay (superior al 3% del PIB); en el otro extremo, los países que representan menor costo fiscal están Chile y Perú (menor del 1% del PIB). En relación al Impuesto a la Renta, el gasto tributario igual o superior al 2% están los siguientes países: Chile, Costa Rica, Ecuador y Uruguay.

Surge una interrogante desde la CEPAL que la “falta de evaluación sistémica de los efectos económicos sectoriales y globales que estos tratamientos diferenciales provocan” (CEPAL), una disociación comparativa entre los países, lo cual es un tema que se presta para una amplia discusión.

Para contemplar el hecho de un gasto tributario, la OCDE (1996) mencionan como ejemplos de requisitos exigidos por algunos países

los siguientes: (i) las concesiones tributarias deben beneficiar a una industria, actividad o clase de contribuyentes en particular; (ii) deben servir a un propósito particular (diferente de la operación eficiente del sistema), que sea fácilmente identificable con un objetivo que puede ser llevado a cabo en forma alternativa con otros instrumentos; (iii) el impuesto en cuestión tiene que ser lo bastante amplio como para que haya un impuesto de referencia adecuado contra el cual medir el valor de la concesión; (iv) tiene que ser administrativamente factible cambiar el sistema tributario para eliminar el gasto tributario, y (v) en el sistema tributario no debe haber otras disposiciones que compensen con holgura los beneficios del gasto tributario.

En principio desde la técnica tributaria, los gastos tributarios pueden tomar diversas formas, como las siguientes:

- Exenciones: Ingresos o transacciones que se excluyen de las bases imponibles. En las normas legales se las encuentra bajo distintas denominaciones, como "exenciones", "exoneraciones", "hechos no gravados", etc.
- Deducciones: Cantidades que se permite rebajar de las bases imponibles.
- Créditos: Cantidades que se permite rebajar de los impuestos.
- Tasas reducidas: Alícuotas de impuestos inferiores a las de aplicación general.
- Diferimientos: Postergación o rezago en el pago de un impuesto.

Por otro lado (Peláez, 2018) distingue otros elementos adicionales que se pueden tomar en cuenta:

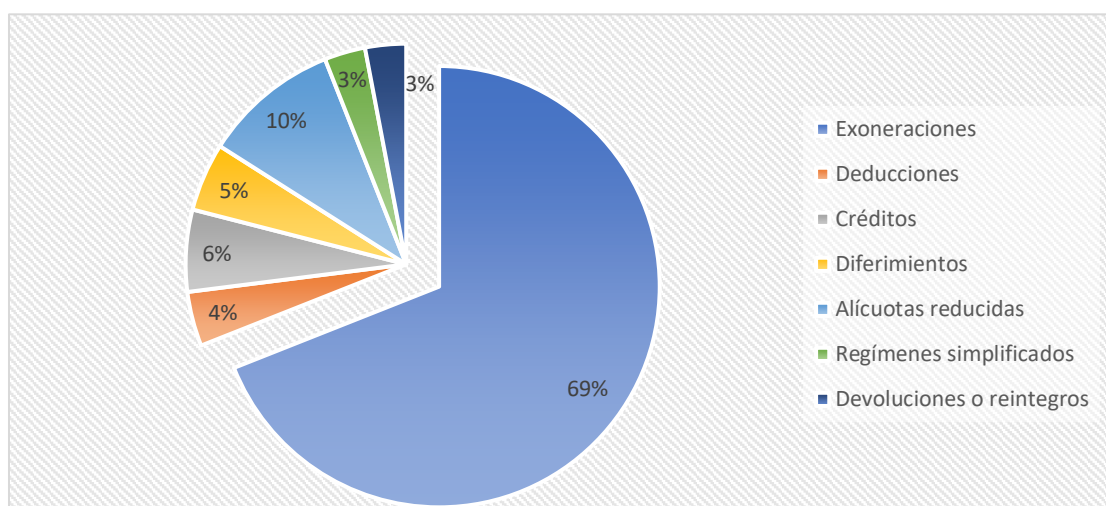
- Alícuotas reducidas: Establece tasas menores para casos específicos.
- Regímenes simplificados: Son disposiciones especiales para un determinado sector de la sociedad, direccionado a pequeños contribuyentes.

- Devoluciones o reintegros: De acuerdo al Manual del CIAT, son excepciones que adelantan o compensan financieramente a los contribuyentes.

En razón del informe que Peláez distingue y de acuerdo al estudio realizado a países de América Latina, esto es: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay, determinó la incidencia del Gasto Tributario:

Figura 5

Distribución del gasto tributario según el tipo de excepción identificada



Nota. Peláez, F. (2018). *Panorama de los Gastos Tributarios en América Latina: principales estadísticas de la Base de Datos del CIAT.* Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT). Dirección de Estudios e Investigaciones Tributarias (CIAT). Adaptado por los autores.

En general, las exoneraciones en conjunto con las alícuotas reducidas se acercan al 80% del total general, según los datos antes descritos. Estos datos son preponderantes para poder ahondar en un estudio pormenorizado de la realidad en un futuro, dando como

posibilidades a grandes foros de discusión a nivel internacional.

Cabe recalcar que (Peláez, 2018) determina que los informes de Gasto Tributario mejora la transparencia fiscal, así como el direccionar de los recursos, de acuerdo a una metodología específica. En razón de aquello se distinguen las ventajas y desventajas que a continuación se exponen:

Tabla 7

Ventajas y desventajas de los Gastos Tributarios

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Los GT promueven la participación del sector privado en los programas económicos y sociales en los que el gobierno juega un papel principal.	Los GT erosionan las bases de ingresos, lo que limita las posibilidades de reformas que impliquen reducciones en el tipo impositivo. Aumenta la complejidad del sistema tributario al incluirse, dentro o fuera del cuerpo del impuesto, reglas que contienen excepciones. En consecuencia, aumenta el costo de cumplimiento.
Los GT fomentan la toma de decisiones privadas en lugar de la toma de decisiones del gobierno.	Hacen el <i>tamaño</i> del gobierno difícil de dimensionar. Debido a que los GT a menudo son sustitutos de los gastos directos, alcanzando los objetivos de los programas de gastos directos a través de los gastos fiscales, es posible reducir de manera aparente el tamaño del estado. Algunos GT son insuficientes para anular las fuerzas económicas subyacentes o se compensan con otras disposiciones fiscales nacionales o internacionales, no lográndose los objetivos deseados.
A través de los GT se reduce la necesidad de una estrecha supervisión del gobierno de dicho gasto. Menor burocracia asociada la aplicación de la política específica.	Muchos esquemas de GT son una respuesta a los diversos grupos de interés en lugar de atender las necesidades reales. Tales esquemas de GT conllevarían a resultados en pérdida de eficiencia al favorecer a algunos sectores y proyectos, pero no otras, alterando así la rentabilidad relativa de proyectos y el debilitamiento de la inversión global.
En algunos casos a través de los GT se logra una mayor equidad del sistema tributario.	Algunos regímenes de gastos fiscales pueden operar regresivamente en la distribución del ingreso luego de

Pueden promover una mayor formalización en la medida que son los contribuyentes quienes reciben el beneficio.

impuesto, tanto vertical como horizontalmente. En particular, los beneficios a través de deducciones en los impuestos a las rentas personales no incluyen a los no contribuyentes - que se encuentran entre los grupos más pobres de la sociedad-.

Nota. Elaboración propia del autor Peláez a partir de la caracterización de Polackova et al. (2004).

El (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT), 2011) en el año 2011 publicó el Manual de buenas prácticas para la medición de los gastos tributarios: una experiencia Iberoamericana, la cual trajo consigo un estudio continuo sobre este tema, que para el presente trabajo es menester mencionar los propósitos consignados en el mismo:

1. Cuantificar la pérdida de recaudación que el Estado deja de percibir por la utilización de los gastos tributarios.
2. Cuantificar la ganancia de recaudación en razón de la normativa por uso de gastos tributarios.
3. Cuantificar los recursos requeridos para mantener el equilibrio fiscal.

Al tenor del manual del CIAT, manifiesta que no existe una dinámica general que pueda enmarcar a las diferentes naciones. En el caso de Impuesto a la Renta, Utilidades y Ganancias de Capital, Chile presenta una tendencia bastante marcada por los *diferimientos*, mientras que República Dominicana, juntamente con Argentina y Ecuador, dirige su gasto tributario tendencialmente a *exenciones y exclusiones*. Brasil al parecer presenta un equilibrio en los gastos tributarios aplicados bajo este concepto.

Por otra parte, con respecto a los Impuestos Generales de Consumo las *exenciones y exclusiones* aplicadas están presentes en Perú, Guatemala, Ecuador y República Dominicana. España y México

se centran en *alícuotas diferidas*. Solo al inferir de manera general se determina que el Impuesto al Valor Agregado – IVA, a pesar de ser el impuesto que genera más ingresos económicos al Estado, es el más afectado por el gasto tributario. En la mayoría de los países se presenta fuertemente las *exenciones y exclusiones* como un valor que el Estado deja de percibir.

Según (Días de Sarralde, 2017), determina que en América Latina el IVA es la fuente de ingresos más importante, cuyo valor bordea el 30% del total de ingresos (año 2015) frente a una media del 21% de la OCDE. Además, dice taxativamente: “La recaudación de IVA que es posible lograr en un país está determinada por, al menos, tres dimensiones: sus características económicas (el tamaño y la estructura de la economía, particularmente del consumo); la dimensión normativo-tributaria (tasa/s del impuesto y restricciones a la base imponible); y el grado de cumplimiento (el nivel de evasión y de eficiencia en la gestión)”.

Gasto tributario en el Ecuador

Al enfocarse en el gasto tributario IVA bienes y servicios, el Servicio de Rentas Internas – SRI relaciona las variables expuestas en la Ley de Régimen Tributario Interno (Anexo 1), con la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales – ENIGHUR, cuyo documento es elaborado por el Instituto Nacional de estadística y censos – INEC, dentro del cual se encuentran datos sobre el monto, distribución y estructura del ingreso y el gasto de los hogares, a partir de las características demográficas y socioeconómicas de sus miembros.

El cuadro resumen del Gasto Tributario total para los años 2016 (Centro de Estudios Fiscales, 2017) y 2017 (Centro de Estudios Fiscales, 2018) se expresa en la siguiente tabla:

Tabla 8

Comparación Gasto Tributario 2016 y 2017

Detalle	2016	2017	Variación %
Gasto tributario IVA (*)	2.248,60	2.474,00	10,0
Bienes	1.217,60	1.394,50	14,5
Servicios	851,30	875,40	2,8
Devoluciones	179,70	204,10	13,6
Gasto tributario renta	2.047,70	2.044,30	-0,2
Personas naturales	666,20	705,30	5,9
Sociedades	1.381,50	1.339,00	-3,1
Otros	264,90	389,10	46,9
Total gasto tributario	4.561,20	4.907,40	7,6

Nota. Encuesta de ingresos y gastos de hogares urbanos y rurales (ENIGHUR) 2011-2012, Ministerio de Economía y Finanzas, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Bases de datos del SRI; adaptado por los Autores.

En base de los aspectos legales, y más aún, por los datos antes descritos el gasto tributario de ambos años representan una diferencia del 7,6%. En los años analizados, se observa que el gasto tributario tiene un volumen de casi un 40% del total, cuyos montos son representativos dentro de la recaudación total. No se puede olvidar que uno de los propósitos del gasto tributario, debería alcanzar un aumento de la recaudación en base de la "disminución" efectiva experimentada por el Estado en base de los beneficios e incentivos. Nos empuja a reflexionar, si en efecto se está logrando alcanzar dicho objetivo en el Ecuador o simplemente cumple exclusivamente con el primer propósito.

Si se relaciona los resultados obtenidos, el efecto subsecuente muestra una diferencia en la proporción de gasto tributario de los impuestos directos e indirectos, experimentando así una disminución de los primeros, en aumento de los segundos, en esencia por datos consignados en sociedades.

Es interesante que dentro del estudio se haga una clasificación y distinción entre beneficios e incentivos quedando un resumen de la siguiente forma:

Tabla 9

Gasto Tributario por tipo Año 2016 y 2017

Detalle	2016		2017		Variación
		%		%	anual %
Beneficio	3.055,55	67,0	3.148,01	64,1	3,0
Incentivo	1.505,43	33,0	1.759,40	35,9	16,9
TOTAL	4.560,98	100,0	4.907,41	100,0	7,6

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Los incentivos propuestos por el Gobierno Central a la población en general han dado sus frutos dando como resultado un casi 17% de aumento de un año a otro. Sin embargo, en razón de los datos efectivamente recaudados por el SRI, no refleja dicho crecimiento, ni el aumento dado por el IVA, en términos porcentuales, no justificaría este incremento (“Tabla 2”).

En cuanto a incentivos tributarios, a continuación, se hace una clasificación de acuerdo al tipo de impuesto, subdividiéndolos en:

Tabla 10*Incentivos Tributarios – IVA 2016*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Tractores, cortadoras, rociadores y demás máquinas para agricultura (LRTI Art. 55.5)	84,40	6,90	0,70	0,10
Semillas, plantas, fertilizantes, abonos y similares (LRTI Art. 55.4)	34,20	2,80	0,30	0,00
Devolución empresas turísticas	14,20	7,90	0,10	0,00
Devolución Turistas extranjeros	-	0,00	0,00	0,00
Decreto 1232	0,01	0,00	0,00	0,00
TOTAL	132,81	17,60	1,10	0,10

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 11*Incentivos Tributarios – IVA 2017*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Tractores, cortadoras, rociadores y demás máquinas para agricultura (LRTI Art55.5)	25,80	1,9	0,2	0,0
Semillas, plantas, fertilizantes, abonos y similares (LRTI Art55.4)	238,70	17,1	1,8	0,2
Devolución empresas turísticas	13,20	6,5	0,1	0,0
Devolución Turistas extranjeros	0,10	0,0	0,0	0,0
Decreto 1232	-	0,0	0,0	0,0
TOTAL	277,80	25,5	2,1	0,2

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores

Brevemente se describe un crecimiento favorable que está consignado en el segundo rubro de las "Tablas 14 y 15" en donde el agro es el gran beneficiado.

Sin embargo, los montos correspondientes inciden en un porcentaje no más del 5% dentro del total del gasto tributario.

Tabla 12

Incentivos Tributarios - Renta Personas Jurídicas 2016

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Ingresos exentos (LRTI Art.9. 4, 8, 13, 14, 19 y 21)	382,90	27,70	3,10	0,40
Crédito ISD (LRTI Art. 139)	331,00	24,00	2,60	0,30
Convenios de doble tributación (LRTI Art. 9.3)	249,00	18,00	2,00	0,30
Deducciones adicionales	118,20	8,60	0,90	0,10
Reinversión de utilidades (LRTI Art. 37)	33,70	2,40	0,30	0,00
Depreciación acelerada (LRTI Art. 25.6, lit c)	20,50	1,50	0,20	0,00
TOTAL	1.135,30	82,20	9,10	1,10

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 13

Incentivos Tributarios - Renta Personas Jurídicas 2017

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Ingresos exentos (LRTI Art.9. 4, 8, 13, 14, 19 y 21)	291,00	21,7	2,3	0,3
Crédito ISD (LRTI art. 139)	375,90	28,1	2,9	0,4

Convenios de doble tributación (LRTI Art9.3)	242,30	18,1	1,9	0,2
Deducciones adicionales *	146,10	10,9	1,1	0,2
Reinversión de utilidades (LRTI Art37)	34,20	2,6	0,3	0,0
Depreciación acelerada (LRTI Art25.6, lit c)	19,20	1,4	0,2	0,0
TOTAL	1.108,70	82,8	8,7	1,1

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Las variaciones en este contexto se mantienen relativamente constantes, con tendencia a la baja, sin presentarse de manera agresiva, lo cual denota que en general los incentivos en personas jurídicas tuvieron el efecto requerido o simplemente ya se utilizaron los incentivos para un determinado año, afectando en menor cuantía al siguiente.

Tabla 14

Incentivos Tributarios - Renta Personas Naturales 2016

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Crédito ISD (LRTI art139)	9,5	2,80	0,10	0,00
Rendimientos financieros (LRTI Art. 9.6)	4,9	1,40	0,00	0,00
Amortización de pérdidas (LRTI Art. 10.8)	2,1	0,60	0,00	0,00
Deducciones adicionales	1,12	0,30	0,00	0,00
TOTAL	17,62	5,10	0,10	0,00

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 15*Incentivos Tributarios - Renta Personas Naturales 2017*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Crédito ISD (LRTI art139)	10,10	2,7	0,1	0,0
Rendimientos financieros (LRTI Art. 9.6)	3,10	0,8	0,0	0,0
Amortización de pérdidas (LRTI Art. 10.8)	2,10	0,5	0,0	0,0
Deducciones adicionales**	0,80	0,2	0,0	0,0
TOTAL	16,10	4,2	0,1	0,0

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Para las personas naturales, la variación es similar con respecto a las personas jurídicas, lo cual demuestra una menor utilización de los incentivos a pesar de haber experimentado un aumento en la recaudación en términos generales.

Tabla 16*Incentivos Tributarios – Otros Impuestos 2016*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Impuesto a la propiedad de vehículos motorizados por:				
Exoneración chofer profesional	55,60	21,0	0,4	0,1
Reducción transporte público	22,80	8,6	0,2	0,0
Reducción por tonelaje	21,70	8,2	0,2	0,0
Impuesto ambiental a la contaminación vehicular por:				

Exoneración vehículos productivos	96,80	36,5	0,8	0,1
Exoneración ISD	22,80	8,6	0,2	0,0
TOTAL	219,70	82,9	1,8	0,2

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 17

Incentivos Tributarios – Otros Impuestos 2017

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Impuesto a la propiedad de vehículos motorizados por:				
Exoneración chofer profesional	48,20	12,4	0,4	0,1
Reducción transporte público	18,00	4,6	0,2	0,0
Reducción por tonelaje	17,40	4,5	0,2	0,0
Impuesto ambiental a la contaminación vehicular por:				
Exoneración vehículos productivos	107,80	27,7	0,8	0,1
Exoneración ISD	165,40	42,5	1,3	0,2
TOTAL	356,80	91,7	2,9	0,4

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Los incentivos tributarios presentan un significativo aumento en la exoneración de ISD, cuyo valor representa un crecimiento drástico con respecto al resto de rubros. Dando relevancia al análisis correspondiente podría ser un punto interesante que la Administración Tributaria tome en consideración, en caso de darse, en una nueva reforma tributaria, que en la actualidad se ha realizado.

Tabla 18*Comparativo Incentivos 2016 – 2017*

Detalle	2016	2017	Variación %
Incentivos tributarios–IVA	132,80	277,80	109,2
Incentivos tributarios–Renta personas jurídicas	1.135,30	1.108,70	-2,3
Incentivos tributarios–Renta personas naturales	17,60	16,10	-8,6
Incentivos tributarios–otros impuestos	219,70	356,80	62,4
TOTAL	1.505,40	1.759,40	16,9

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

En razón de los datos obtenidos la mayor concentración de incentivos tributarios está condensado en el rubro de Impuesto a la Renta de Personas Jurídicas con un 75,40% del total para el año 2016 mientras que para el año 2017 asciende al 63%, seguido por el Incentivo Tributario en IVA con el 8,80% y 15,8%, para los años 2016 y 2017, respectivamente.

Como se había mencionado anteriormente los incentivos que han experimentado mayor variación han sido en IVA e ISD, siendo el primero indirecto y, el segundo directo. Sin embargo, el IVA lidera en razón de porcentajes.

Al hablar de beneficios tributarios y realizar la separación de los datos correspondientes a los mismos, según su clasificación, se obtiene la siguiente información:

Tabla 19*Beneficios Tributarios – IVA Bienes 2016*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Bienes alimenticios (LRTI Art55.1)	594,6	48,8	4,7	0,6
Pan, Fideos, Azúcar, panela, etc. (LRTI Art55.3)	188,0	15,4	1,5	0,2
Medicamentos (LRTI Art55. Num.6)	171,3	14,1	1,4	0,2
Leche y derivados (LRTI Art55.2)	120,4	9,9	1,0	0,1
Papel, periódicos, revistas, Libros, etc. (LRTI Art55.7)	21,8	1,8	0,2	0,0
Cocinas de uso doméstico eléctricas o de inducción (LRTI Art55.17)	0,3	0,0	0,0	0,0
Lámparas fluorescentes (LRTI Art55.12)	2,4	0,2	0,0	0,0
Artículos introducidos bajo Reg. de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (LRTI Art55.15)	0,1	0,0	0,0	0,0
TOTAL	1.098,9	90,3	8,8	1,1

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 20*Beneficios Tributarios – IVA Bienes 2017*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Bienes alimenticios (LRTI Art55.1)	611,4	43,8	4,8	0,6
Pan, Fideos, Azúcar, panela, etc. (LRTI Art55.3)	193,3	13,9	1,5	0,2
Medicamentos (LRTI Art55. Num.6)	176,2	12,6	1,4	0,2

Leche y derivados (LRTI Art55.2)	123,8	8,9	1,0	0,1
Papel, periódicos, revistas, Libros, etc. (LRTI Art55.7)	22,4	1,6	0,2	0,0
Cocinas de uso doméstico eléctricas o de inducción (LRTI Art55.17)	0,3	0,0	0,0	0,0
Lámparas fluorescentes (LRTI Art55.12)	2,5	0,2	0,0	0,0
Artículos introducidos bajo Reg. de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (LRTI Art55.15)	0,1	0,0	0,0	0,0
TOTAL	1.130,0	81,0	8,9	1,1

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

La variación real en relación a los beneficios tributarios IVA bienes no es significativa en montos, pero si en comparación porcentual en cada uno de los años, en el 2016 se da casi una baja en 10 puntos con el año sucesor.

Tabla 21

Beneficios Tributarios – IVA Servicios 2016

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Transporte de pasajeros y carga (LRTI Art56.1)	214,10	25,2	1,7	0,2
Educación (LRTI Art56.5)	174,80	20,5	1,4	0,2
Salud (LRTI Art56.2)	137,40	16,1	1,1	0,1
Servicios básicos (LRTI Art56.4)	136,00	16,0	1,1	0,1
Alquiler y arrendamiento de inmuebles (LRTI Art56.3)	134,40	15,8	1,1	0,1
Seguros y reaseguros de salud y vida (LRTI Art56.22)	22,50	2,6	0,2	0,0

Religiosos (LRTI Art56.7)	7,90	0,9	0,1	0,0
Funerarios (LRTI Art56.9)	7,10	0,8	0,1	0,0
Lotería Junta de Beneficencia de Guayaquil (LRTI Art.56.17)	6,80	0,8	0,1	0,0
Guarderías Infantiles y hogares de ancianos (LRTI Art56.6)	4,40	0,5	0,0	0,0
Clubes, gremios, cámaras de producción, etc. (LRTI Art56.23)	2,90	0,3	0,0	0,0
Peajes (LRTI Art56.16)	2,10	0,2	0,0	0,0
Servicios prestados por el Estado (LRTI Art56.10)	0,90	0,1	0,0	0,0
TOTAL	851,30	100,0	6,9	0,0

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 22

Beneficios Tributarios – IVA Servicios 2017

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Transporte de pasajeros y carga (LRTI Art56.1)	220,20	25,2	1,7	0,2
Educación (LRTI Art56.5)	179,70	20,5	1,4	0,2
Salud (LRTI Art56.2)	141,30	16,1	1,1	0,2
Servicios básicos (LRTI Art56.4)	139,80	16,0	1,1	0,1
Alquiler y arrendamiento de inmuebles (LRTI Art56.3)	138,20	16,0	1,1	0,1
Seguros y reaseguros de salud y vida (LRTI Art56.22)	23,10	2,6	0,2	0,0
Religiosos (LRTI Art56.7)	8,20	0,9	0,1	0,0
Funerarios (LRTI Art56.9)	7,30	0,8	0,1	0,0
Lotería Junta de Beneficencia de Guayaquil (LRTI Art.56.17)	7,00	0,8	0,1	0,0
Guarderías Infantiles y hogares de ancianos (LRTI Art56.6)	4,50	0,5	0,0	0,0

Clubes, gremios, cámaras de producción, etc. (LRTI Art56.23)	3,00	0,3	0,0	0,0
Peajes (LRTI Art56.16)	2,10	0,2	0,0	0,0
Servicios prestados por el Estado (LRTI Art56.10)	1,00	0,1	0,0	0,0
TOTAL	875,40	100,00	6,90	0,80

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

De igual manera sucede en este caso, así como se presentó con los beneficios tributarios bienes – IVA su incidencia es relativamente mínima entre ambos años. En estos años a pesar de las circunstancias, esto es, del decrecimiento económico y el terremoto suscitado en Manabí, no hay fluctuaciones significativas a la baja, más bien existe un incremento, en especial en transporte y educación.

Tabla 23

Beneficios Tributarios – IVA Devoluciones 2016

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Devolución Art. 73 primer inciso (Junta de Beneficencia, Fe y Alegría, SOLCA, Cruz Roja, Fundación Oswaldo Looor, universidades y escuelas politécnicas privadas).	100,6	56,0	0,8	0,1
Devolución IVA Tercera Edad	42,6	23,7	0,3	0,0
Devolución IVA Adquisición chasis y carrocería	7,4	4,1	0,1	0,0
Devolución Discapacitados	6,1	3,4	0,0	0,0
Devolución IVA por convenios	5,1	2,9	0,0	0,0
Devolución IVA Adquisición combustibles	2,0	1,1	0,0	0,0
Devolución IVA Misiones diplomáticas	1,6	0,9	0,0	0,0
TOTAL	165,4	92,1	1,2	0,1

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 24

Beneficios Tributarios – IVA Devoluciones 2017

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Devolución Art. 73 primer inciso (Junta de Beneficencia, Fe y Alegría, SOLCA, Cruz Roja, Fundación Oswaldo Loor, universidades y escuelas politécnicas privadas).	101,70	49,8	0,8	0,1
Devolución IVA Tercera Edad	61,60	30,2	0,5	0,1
Devolución IVA Adquisición chasis y carrocería	8,50	4,2	0,1	0,0
Devolución Discapacitados	8,30	4,0	0,1	0,0
Devolución IVA por convenios	5,20	2,6	0,0	0,0
Devolución IVA Adquisición combustibles	3,70	1,8	0,0	0,0
Devolución IVA Misiones diplomáticas	1,80	0,9	0,0	0,0
TOTAL	190,80	93,5	1,5	0,2

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Al comparar los datos de las “Tablas 21 y 22”, se puede evidenciar que existe un aumento de casi 15 puntos porcentuales, recayendo en mayor proporción en la devolución de IVA Tercera Edad, sugiriendo que personas que están sobre los 65 años están en conocimiento del beneficio que les corresponde, a pesar de que a partir del año 2016 (enero a abril USD 219,60; mayo USD 87,84; junio a diciembre USD 102,48) la tarifa de devolución disminuyó drásticamente en comparación con el año 2015 (USD 212.40).

Tabla 25*Beneficios Tributarios – Renta Sociedades 2016*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Sin fines de lucro (LRTI Art. 9.5)	195,00	14,1	1,6	0,2
Gastos desde el exterior (LRTI Art13)	25,90	1,9	0,2	0,0
Amortización de pérdidas (LRTI Art10.8)	25,20	1,8	0,2	0,0
TOTAL	246,10	17,8	2,0	0,2

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 26*Beneficios Tributarios – Renta Sociedades 2017*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Sin fines de lucro (LRTI Art. 9.5)	189,1	14,1	1,5	0,2
Gastos desde el exterior (LRTI Art13)	20,7	1,6	0,2	0,0
Amortización de pérdidas (LRTI Art10.8)	20,5	1,5	0,2	0,0
TOTAL	230,3	17,2	1,9	0,2

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

En todos los rubros correspondientes a personas jurídicas se han visto afectados, dando un total de un poco más de 16 puntos a la baja. Es necesario que las personas jurídicas al igual que sucede con las personas naturales se les pueda otorgar beneficios especiales, pero estos costos en muchos de los casos no existen retornos sustanciales para la sociedad o no propenden a la reactivación económica general.

Tabla 27*Beneficios Tributarios – Renta Naturales (Actividad Económica) 2016*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Gastos personales (LRTI Art. 10.16)	288,50	84,6	2,3	0,3
Rebaja por tercera edad (LRTI Art9.12)	16,20	4,7	0,1	0,0
Ingresos exentos por pensiones jubilares (LRTI Art.9.7)	8,00	2,3	0,1	0,0
Otras rentas exentas	6,80	2,0	0,1	0,0
Rebaja por discapacidad (LRTI Art. 9.12)	3,80	1,1	0,0	0,0
TOTAL	323,30	94,7	2,6	0,3

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 28*Beneficios Tributarios – Renta Naturales (Actividad Económica) 2017*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Gastos personales (LRTI Art. 10.16)	309,50	82,3	2,4	0,3
Rebaja por tercera edad (LRTI Art9.12)	25,80	6,9	0,2	0,1
Ingresos exentos por pensiones jubilares (LRTI Art.9.7)	13,50	3,6	0,1	0,0
Otras rentas exentas	4,00	1,1	0,0	0,0
Rebaja por discapacidad (LRTI Art. 9.12)	7,30	1,9	0,1	0,0
TOTAL	360,10	95,8	2,8	0,4

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Los beneficios para personas naturales con actividades económicas se experimenta un aumento significativo de casi 40 puntos. La mayor parte del costo que involucra a las personas naturales está enmarcada en la exención del Impuesto a la Renta, esto es que la persona no paga impuestos si sus ingresos no superan la

base imponible exenta para los años provistos. Solo en este rubro se experimenta un aumento de casi 20 puntos que podría significar que, por el aumento de la población, aumente la población activa y por otra parte que las personas hayan experimentado una disminución de sus ingresos. Por otra parte, viendo desde la perspectiva de equilibrio, el porcentaje de beneficios para personas con discapacidad se ve incrementado, mostrando que estas personas están aplicando los derechos que les corresponde en pleno conocimiento de sus facultades y derechos constitucionales.

Tabla 29

Beneficios Tributarios – Renta Naturales (Relación de Dependencia) 2016

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Exoneración aportes IESS (LRTI Art17)	118,2	36,3	0,9	0,1
Deducción gastos personales (LRTI Art10.16)	110,6	34,0	0,9	0,1
Exoneración decimotercera y décimo cuarta remuneraciones (LRTI Art9.11.1)	94,7	29,1	0,8	0,1
Exoneración por discapacidad (LRTI Art9.12)	1,0	0,3	0,0	0,0
Exoneración por tercera edad (LRTI Art9.12)	0,9	0,3	0,0	0,0
TOTAL	325,4	100,0	2,6	0,3

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 30

Beneficios Tributarios – Renta Naturales (Relación de Dependencia) 2017

Detalle	Millones	% Gasto	%	%
----------------	-----------------	----------------	----------	----------

	USD	tributario	Recaudación	PIB
Exoneración aportes IESS (LRTI Art17)	119,45	36,3	0,9	0,1
Deducción gastos personales (LRTI Art10.16)	109,04	33,1	0,9	0,1
Exoneración decimotercera y décimo cuarta remuneraciones (LRTI Art9.11.1)	96,81	29,4	0,8	0,1
Exoneración por discapacidad (LRTI Art9.12)	2,54	0,8	0,0	0,0
Exoneración por tercera edad (LRTI Art9.12)	1,27	0,4	0,0	0,0
TOTAL	329,11	100,0	2,6	0,3

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Los indicadores para los años 2016 y 2017, se vislumbra un aumento casi de 4 puntos entre un año y otro. En este análisis el concepto de deducción de gastos personales disminuyó, mientras que los demás conceptos crecieron sus indicadores. Esta disminución de los gastos personales en relación de dependencia en comparación con los que no son de dependencia, esto es, deducciones por concepto de gestión empresarial, su relación es inversa, lo cual insinúa que algunas personas cambiaron su relación laboral o en su defecto, en mayor medida y relevancia, incrementó el uso de estas deducciones por actividades económicas empresariales, con la finalidad de pagar menos impuestos.

La aplicación de exoneración de impuestos es mayor en actividades empresariales que en relación de dependencia. Es razonable decir que, desde un año a otro, a pesar del decrecimiento económico el resto de los valores incrementan, pudiendo haber aumentado la población económicamente activa. Sin embargo, la incidencia es relativamente pequeña, dando a conocer que no se ha logrado generar una reactivación económica efectiva.

Tabla 31*Beneficios Tributarios – Otros Impuestos 2016*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Devolución del impuesto a las botellas plásticas	30,40	11,5	0,2	0,0
Impuesto a la propiedad de vehículos motorizados por:				
Rebaja tercera edad	4,50	1,7	0,0	0,0
Rebaja discapacitados	3,80	1,4	0,0	0,0
Impuesto ambiental a la contaminación vehicular por:				
Exoneración tercera edad	5,50	2,1	0,0	0,0
Exoneración discapacitados	1,00	0,4	0,0	0,0
TOTAL	45,20	17,1	0,2	0,0

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 32*Beneficios Tributarios – Otros Impuestos 2017*

Detalle	Millones USD	% Gasto tributario	% Recaudación	% PIB
Devolución del impuesto a las botellas plásticas	25,20	6,5	0,2	0,0
Impuesto a la propiedad de vehículos motorizados por:				
Rebaja tercera edad	4,30	1,1	0,0	0,0
Rebaja discapacitados	2,00	0,6	0,0	0,0
Impuesto ambiental a la contaminación vehicular por:				
Exoneración tercera edad	0,70	0,2	0,0	0,0
Exoneración discapacitados	0,10	0,0	0,0	0,0
TOTAL	32,3	8,4	0,2	0,0

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

En contraste con los incentivos tributarios, el valor comparativo decayó por más de 10 puntos. Uno de los puntos que más impactó fue la eliminación de un beneficio de impuesto ambiental a favor de las personas de la tercera edad y discapacitados. Estos valores a la final no perjudican notablemente al Estado, sin embargo, desde la óptica general y particular, podría determinarse que en teoría la mayoría de las personas de la tercera edad y/o discapacitados no poseen vehículo.

Tabla 33

Resumen Beneficios Tributarios 2016

Detalle	Millones USD	% Beneficio Tributario	
Beneficios tributarios –IVA bienes	1.098,9	36,0	69,2
Beneficios tributarios –IVA servicios	851,3	27,9	
Beneficios tributarios –IVA devoluciones	165,4	5,4	
Beneficios tributarios –Renta sociedades	246,1	8,1	8,1
Beneficios tributarios –Renta naturales (actividad económica)	323,3	10,6	21,2
Beneficios tributarios –Renta naturales (relación de dependencia)	325,4	10,6	
Beneficios tributarios – otros impuestos	45,2	1,5	1,5
TOTAL	3.055,6	100,0	100,0

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 34

Resumen Beneficios Tributarios 2017

Detalle	Millones USD	% Beneficio Tributario	
Beneficios tributarios –IVA bienes	1.130,0	35,9	69,8
Beneficios tributarios –IVA servicios	875,4	27,8	
Beneficios tributarios –IVA devoluciones	190,8	6,1	
Beneficios tributarios –Renta	230,3	7,3	7,3

sociedades			
Beneficios tributarios –Renta naturales (actividad económica)	360,1	11,4	21,9
Beneficios tributarios –Renta naturales (relación de dependencia)	329,1	10,5	
Beneficios tributarios – otros impuestos	32,3	1,0	1,0
TOTAL	3.148,0	100,0	100,0

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Al relacionar las variables referentes al IVA representa el 69,2% y 69.8% del total de los años 2016 y 2017, respectivamente, esto es, más de 3 mil millones de dólares. Los beneficios tributarios relacionados con Impuesto a la Renta para personas naturales tienen un peso porcentual que están entre el 21% al 22% en ambos años. Sin embargo, los beneficios tributarios en relación al IVA bien superan los mil millones de dólares que en porcentaje se traduce en el 36% del total.

Tabla 35

Resumen Gasto Tributario - 2016

Detalle	Millones USD	% Gasto Tributario
Beneficios tributarios IVA	2,115,55	46,4
Incentivos tributarios IVA	132,81	2,9
Beneficios tributarios –Renta personas jurídicas	246,10	5,4
Incentivos tributarios –Renta personas jurídicas	1,135,30	24,9
Beneficios tributarios –Renta personas naturales	648,70	14,2
Incentivos tributarios –Renta personas naturales	17,62	0,4
Beneficios tributarios – otros impuestos	45,20	1,0
Incentivos tributarios – otros impuestos	219,70	4,8
TOTAL	4,560,98	100,0

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales – SRI; Autores.

Tabla 36*Resumen Gasto Tributario - 2017*

Detalle	Millones USD	% Gasto Tributario
Beneficios tributarios IVA	2.196,20	44,8
Incentivos tributarios IVA	277,80	5,7
Beneficios tributarios-Renta personas jurídicas	230,30	4,7
Incentivos tributarios-Renta personas jurídicas	1.108,70	22,6
Beneficios tributarios-Renta personas naturales	689,21	14,0
Incentivos tributarios-Renta personas naturales	16,10	0,3
Beneficios tributarios-otros impuestos	32,30	0,7
Incentivos tributarios-otros impuestos	356,80	7,3
TOTAL	4.907,41	100,0

Nota. Departamento de Estudios Fiscales, Centro de Estudios Fiscales - SRI; Autores.

En las "Tablas 33 y 34" se muestra el resumen del gasto o costo tributario en el Ecuador de los años 2016 y 2017. En comparación entre un año y otro aumenta en 400 millones de dólares, pero hay variaciones significativas de un año a otro en determinados conceptos. Lo interesante es que el aumento significativo se ve en los incentivos tributarios IVA (sector agropecuario) que aumenta a más del doble, que en términos económicos generar una mejora económica, pero que lamentablemente comparativamente con el resto del gasto tributario apenas es del 5.7% en el año 2017. En general los incentivos tributarios para personas jurídicas son representativos, que totaliza más de 1.000 millones de dólares pero que al compararlo en la generalidad representa un poco más del 20% del costo tributario. Los beneficios tributarios, por excelencia ayuda a guardar cierta equidad por la regresividad de los impuestos indirectos, pero que representan un enorme costo para el Estado.

Metodología

La metodología utilizada en el presente artículo es de carácter analítica estadística descriptiva, dentro de las cuales se utilizarán múltiples fuentes de datos con el objeto de comparar la información, lo que permitirá analizarlos de manera general y específica, según sea el caso. En consecuencia, las bases de la investigación se centran en el Gasto Tributario generado entre los años 2016 y 2017 en el Ecuador, así como el comparativo con sus símiles en Latinoamérica, con la finalidad de dar una visión concreta de los efectos que tiene un Estado en la aplicación del Gasto Tributario, así como sus causas y consecuencias relacionándolos con el PIB.

Al realizar la comparación de diversos años permite analizar una sinopsis general, y estas al ser comparadas con el resto de los países de Latinoamérica, en conjunto con sus efectos, muestra el impacto que un Estado tiene al adoptar estas políticas fiscales. Al analizar el impacto económico es necesario conocer las posibles causas que le llevó al Estado proponer, sean incentivos o beneficios, a favor de los contribuyentes. De allí nace la importancia de considerar aspectos legales que generan la propuesta gubernamental, adicionando así mismo, los techos máximos estimados en el presupuesto estatal.

La investigación documental se apoyará en fuentes de carácter documental. Dada la naturaleza de esta investigación considera los aspectos legales y presupuestarios de los periodos respectivos.

Resultados y discusiones

El estudio realizado sobre la evolución del Gasto Tributario en el Ecuador por los años 2016 y 2017 muestra que los incentivos o beneficios tributarios enmarcados en el costo para el Estado, pudo

haber suplido en gran medida la brecha fiscal existente. Sin embargo, estos conceptos ya analizados tienen la intención de dinamizar la economía o de suplir algunas necesidades de la misma, enfocado propiamente a grupos de personas o sectores económicos, cuyas connotaciones son diversas desde activar la matriz productiva hasta atender a grupos conocidos como vulnerables.

Basándose en los datos obtenidos en la presente investigación podemos denotar que el Ecuador, así como sucede con muchos países latinoamericanos existe una marcada dependencia sobre los ingresos tributarios y más aún sobre la base del Impuesto al Valor Agregado – IVA, que por más que algunos países han tratado de funcionar con impuestos directos, en este caso, Ecuador, no ha podido realizarlo completamente o sus resultados han sido parciales.

La evolución del Gasto Tributario en el Ecuador, por los años 2016 y 2017, se establecen algunos puntos de análisis y discusión que son de vital importancia a ser considerados, tales como:

1. El valor por concepto de gasto tributario bordea los 4.600 millones de dólares para el año 2016 y para el año 2017 se acerca a los 5.000 millones. El aumento en millones de dólares es significativo, cuyos montos afectan a la recaudación final de la Administración Tributaria, y, por ende, afecta al Presupuesto General del Estado.
2. El Estado ecuatoriano se ha concentrado en beneficios tributarios (casi el 70%) más que en los incentivos tributarios (30% aproximadamente), proporcionando una menor regresividad en la aplicación de los impuestos indirectos.
3. El rubro con mayor afectación dentro de los beneficios tributarios corresponde al Impuesto al Valor Agregado – IVA. Por otra parte,

en los incentivos se relaciona al Impuesto a la Renta de personas jurídicas. La diferencia es en porcentaje el doble del uno sobre el otro. Nuevamente se hace hincapié en que el Estado trata de mermar la regresividad del Impuesto al Valor Agregado – IVA.

4. Los productos con tarifa 0% están considerados como beneficios tributarios lo que sumados entre los servicios y bienes corresponden, dentro de este rubro global, representan más del 50%. El Ecuador no tiene una diferenciación de las tarifas del IVA, excepto 0% y 12%. En otros países tal como Argentina y España las tarifas del IVA son tarifas variadas dependiendo del producto o servicio.
5. Valores presentes en beneficios tributarios para personas naturales, en suma, superan los 600 millones de dólares, que en general representan el valor exento de pago de Impuesto a la Renta, cuyos valores que no pagan impuestos o cuya base exenta para el año 2016 fue de USD 11.170 y 2017 de USD 11.290.

El Estado está consciente de que tiene una pérdida representativa por otorgar beneficios e incentivos a la generalidad de la población ecuatoriana, que, desde el punto de vista crítico, podría ayudar a solventar, si se llegara a quitar, el déficit presupuestario existente.

Están establecidos los beneficios tanto en IVA como en Renta, por efecto de tarifa 0% y valores exentos de pago de impuestos sobre ingresos, que constituyen derechos ganados por la sociedad. Sin embargo, los incentivos tributarios, que podrían inyectar mayor movimiento a la economía, el Estado ha permanecido pasivo en su actuar, lo cual no genera el efecto acelerador de la misma.

El Estado por otra parte, debe generar confianza en la ciudadanía, para que esta, esté dispuesta a pagar sus respectivos impuestos, así como esté clara en los incentivos y beneficios que recibe, no como exigencia o derecho, sino más bien como un equilibrio y distribución equitativa de la riqueza.

Conclusiones

En razón del presente estudio sobre la evolución del Gasto Tributario en el Ecuador por los años 2016 y 2017 se puede concluir que:

- Al tenor del indicador de la eficiencia manifiesta que a pesar de existir una mayor recaudación de impuestos para los años 2013 al 2016, esto no necesariamente proporciona eficiencia en la recaudación de impuestos, que comparado con otras variables: inflación y crecimiento PIB, permite observar que inevitablemente se deberían implementar acciones adicionales en la recaudación de impuestos. Sin embargo, para el año 2017 en razón de tener un valor positivo, que puede incluso traducirse en mayor presión tributaria para el contribuyente, arroja una mayor eficiencia, pero no tan alentadores en razón del crecimiento del PIB.
- Los valores analizados de costo tributario para el Estado para los años 2016 y 2017, van más allá de los 4.600 millones de dólares que resultan valores significativos a tal punto que pudiesen para el año 2016 haber suplido casi en la totalidad el servicio de deuda; y, para el año 2017, pudiese haber servido para casi solventar el 50% del concepto antes mencionado. Sin embargo, al presentarse como incentivo, para activar la economía pudiese ser una excelente manera para recuperar lo "invertido". Y, por otra parte, beneficiar a sectores vulnerables que requieran de una asistencia por parte del Estado.

- Al analizar datos del IVA existe un aumento en la recaudación en un 10,75% entre los años 2016 y 2017, que al ser comparados con la renuncia que el Estado realiza, estaría en el orden del 10,00%, determinado así, una cierta estabilidad y equilibrio. Si se lo mira desde el punto de vista de la recaudación total, dentro de la cual aumenta a razón del 3,22% no se compadece con el aumento del gasto tributario en un 7,6%.
- En el año 2016, por efecto del terremoto del 16 de abril, fue un detonante a la población especialmente a la ciudadanía que habitaba en la provincia de Manabí, cuyo impacto fue el más representativo del país. Si bien es cierto no es el punto de análisis, pero el efecto consecuente fue el aumento del IVA del 12% al 14%, incrementando así la recaudación efectiva, pero que a pesar de aquello no llegó a cubrir la brecha negativa de cerca del 7%. De esta manera comprueba que el aumento del impuesto no necesariamente llevaría a un aumento de la recaudación. De la misma manera puede ocurrir con la eliminación de incentivos y/o beneficios que al eliminarse no necesariamente puede ayudar al aumento en la recaudación de impuestos. Sin duda tendría su impacto, que indistintamente podría recorrer en dos vías distintas, dinamización de la economía o estancamiento de la misma, poniéndolos en dos escenarios literalmente opuestos.
- Dentro del análisis los montos más significativos se asocian a Beneficios aplicados al IVA, Incentivos a Personas Jurídicas y, por último, a Beneficios para Personas Naturales. En los casos se distingue claramente la intencionalidad sobre la sociedad por parte del Estado, cuyo impacto está en más del 80% para ambos años en relación al total del Gasto Tributario. Es indudable que el impacto sobre la sociedad en relación a los beneficios direcciona a una mayor cantidad de personas es especial para los sectores más vulnerables.
- A pesar de tener el IVA una connotación eminentemente regresiva se presenta en el Ecuador con rasgos de ayuda a la sociedad esto

es en más del 44%. Adicionalmente como sucede con las personas naturales, al tener la tabla progresiva en esencia con la base imponible exenta, ayuda a un gran sector de la población a tener recursos líquidos disponibles para su uso cotidiano (están en el orden del 14%). Por último, el incentivo sobre las empresas, cuyo trabajo es importante en la generación de recursos y empleo, el Estado busca inyectar dinamismo a la sociedad para que el modelo económico de crecimiento se vea acrecentado paulatinamente a través del tiempo, para este caso existe una disminución del 24.9% al 22.6%.

- Por último, y no menos importante, que, al hacer un recuento del estudio realizado por la CEPAL, se puede analizar que el gasto tributario en la región representa para algunos países una diversidad desde la metodología aplicada para los cálculos, así como los resultados obtenidos para ello. Ecuador por su parte tiene un índice alto en relación a la renuncia tributaria de Impuesto a la Renta en comparación con sus símiles latinoamericanos, pero que está por debajo con un indicador del 4,6%, en comparación con otros países que tienen por sobre el 5%, en relación a su gasto tributario global.

Referencias

Banco Central del Ecuador. (2014). *Boletín Anuario No. 36*.

Banco Central del Ecuador. (29 de Marzo de 2018).

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>.

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>:

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>

- Centro de Estudios Fiscales. (2017). *Manual del Gasto Tributario 2016*.
- Centro de Estudios Fiscales. (2018). *Manual del Gasto Tributario 2017*.
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT). (2011). *Manual de buenas prácticas en la medición de los gastos tributarios: una experiencia iberoamericana*. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias - CIAT.
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. (2014). *Impuesto al valor agregado en países de América Latina*. Recuperado el 2018 de Abril, de webdms.ciat.org/action.php?kt_path_info=ktcore.actions.document.view...
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. (2014). *Impuesto al Valor Agregado en países de América Latina*. Recuperado el 2018 de Abril, de webdms.ciat.org/action.php?kt_path_info=ktcore.actions.document.view...
- CEPAL. (s.f.). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe 2018*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43405/7/S1800082_es.pdf
- Congreso de la República. (23 de Diciembre de 2016). *Ambito Jurídico*. <https://www.ambitojuridico.com/noticias/congreso/tributario-y-contable/aumento-de-tarifa-de-iva-del-19-aplicara-partir-del-10-de>
- Diario El Telégrafo. (11 de Febrero de 2019). *Inflación de Ecuador de -0,20% en 2017, la más baja en una década*. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/inflacion-de-ecuador-de-0-20-en-2017-la-mas-baja-en-una-decada>
- Días de Sarralde, S. (2017). *El Impuesto sobre el Valor Agregado: Recaudación, Eficiencia, Gastos Tributarios e Ineficiencias en América Latina*. Dirección de Estudios e Investigaciones Tributarias.
- (s.f.). *Ley de Régimen Tributario Interno*.
- Peláez, F. (2018). *Panorama de los Gastos Tributarios en América Latina: principales estadísticas de la Base de Datos del CIAT*. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT). Dirección de Estudios e Investigaciones Tributarias (CIAT).
- Portafolio. (3 de Enero de 2018). *En impuestos se recaudaron 136,5 billones de pesos en 2017*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/impuestos/recaudo-tributario-en-2017-llego-a-136-5-billones-de-pesos-512976>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES. (s.f.).

- Buen Vivir. Plan Nacional 2013 - 2017.*
<http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Servicio de Rentas Internas - SRI. (s.f.). *Estadísticas*. Estadísticas:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/estadisticas-sri>
- SUNAT. (s.f.). <http://www.sunat.gob.pe/>. <http://www.sunat.gob.pe/>
<http://www.sunat.gob.pe/>
- Torres Sanz, I. (Marzo de 2017). *Rankia Colombia*. Recuperado el Abril de 2018, de <https://www.rankia.co/blog/dian/3494142-iva-colombia-tipos-tarifas-calculo-periodos-gravables>
- Villela, L., Lemgruber, A., & Jorrat, M. (s.f.). *Gastos Tributarios: La reforma pendiente*. <https://www.cepal.org/>
https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/38375/luiz_villela_gtlareformapendiente.pdf

Anexo 1

El artículo 55 de la Ley de Régimen Tributario Interno, según menciona el Manual del Gasto Tributario los bienes que se contempló son los siguientes (Ley de Régimen Tributario Interno):

- (1) Productos alimenticios de origen agrícola, avícola, pecuario, apícola, entre otros.
- (2) Leches en su estado natural y derivados.
- (3) Pan, azúcar, fideos, harina, entre otros.
- (4) Semillas, bulbos, plantas, esquejes, raíces vivas, fertilizantes, abonos, entre otros.
- (5) Tractores, arados, rastras, surcadores y vertedores, cosechadoras, entre otros.
- (6) Medicamentos y drogas de uso humano, entre otros.
- (7) Papel bond, libros y material complementario que se comercializa con los libros.
- (8) Lámparas fluorescentes.
- (9) Artículos introducidos al país bajo régimen de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos.

Por otra parte, los servicios que están formando parte de la investigación, son:

- (1) Transporte de pasajeros y carga (LRTI Art. 56.1)
- (2) Educación (LRTI Art. 56.5)
- (3) Salud (LRTI Art. 56.2)
- (4) Servicios básicos (LRTI Art. 56.4)
- (5) Alquiler y arrendamiento de inmuebles (LRTI Art. 56.3)
- (6) Seguros y reaseguros de salud y vida (LRTI Art. 56.22)
- (7) Religiosos (LRTI Art. 56.7)
- (8) Funerarios (LRTI Art. 56.9)
- (9) Lotería Junta de Beneficencia de Guayaquil (LRTI Art.56.17)
- (10) Guarderías Infantiles y hogares de ancianos (LRTI Art. 56.6)
- (11) Clubes, gremios, cámaras de producción, etc. (LRTI Art. 56.23)
- (12) Peajes (LRTI Art. 56.16)

A partir de la expedición del Decreto Ejecutivo 1232, las transferencias e importaciones de bienes de uso agropecuario y materias primas utilizadas de bienes de uso agropecuario (600 productos), generó un gasto tributario de un valor aproximado de 110.000 dólares aplicado para el año 2016.

Las devoluciones del Impuesto al Valor Agregado – IVA contempla:

- (1) Devolución Art. 73 primer inciso (Junta de Beneficencia, Fe y Alegría, SOLCA, Cruz Roja, Fundación Oswaldo Loor, universidades y escuelas politécnicas privadas).
- (2) Devolución IVA Tercera Edad.
- (3) Devolución empresas turísticas.
- (4) Devolución IVA Adquisición chasis y carrocería.
- (5) Devolución Discapacitados.
- (6) Devolución IVA por convenios.
- (7) Devolución IVA Adquisición combustibles.
- (8) Devolución IVA Misiones diplomáticas.

Es necesario poner de manifiesto los conceptos de beneficios y/o incentivos que son utilizados por las sociedades de manera general:

- (1) Ingresos exentos (LRTI Art.9. 4, 8, 13, 14, 19 y 21)
- (2) Crédito ISD (LRTI Art. 139)
- (3) Convenios de doble tributación (LRTI Art. 9.3)
- (4) Sin fines de lucro (LRTI Art. 9.5)
- (5) Deducciones adicionales:
 - a. Deducción por leyes especiales.
 - b. Deducción por nuevos empleos. La LRTI, en el artículo 10, numeral 9, contempla la deducción del 100% del gasto en sueldos y salarios por nuevos empleos y el 150% de sueldos de personas discapacitadas.
 - c. Ingresos exentos COPCI. El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), en el numeral 2.1 y 2.2 de la segunda disposición transitoria, incluye algunas exenciones para los ingresos de fideicomisos, intereses recibidos sobre préstamos para acceso a capital accionario, e ingresos de sectores que realicen nuevas inversiones.
 - d. Deducciones COPCI. El COPCI, en el numeral 2.3 de la segunda disposición reformativa (gastos en capacitación y asistencia técnica, gastos de viaje para acceso a mercados, depreciación de activos fijos destinados a producción limpia, deducción por incremento de empleo en zonas deprimidas.
- (6) Reinversión de utilidades (LRTI Art. 37)
- (7) Gastos desde el exterior (LRTI Art. 13)
- (8) Amortización de pérdidas (LRTI Art. 10.8)

Para las personas naturales se aplicaría a:

- (1) Rendimientos financieros (LRTI Art. 9.6)
- (2) Aportes IESS (LRTI Art. 17)
- (3) Décimo tercera y décimo cuarta remuneraciones (LRTI Art. 9.11.1)
- (4) Rebaja por tercera edad (LRTI Art. 9.12)
- (5) Ingresos exentos por pensiones jubilares (LRTI Art. 9.7)

- (6) Otras rentas exentas (Art. 9. 4, 8, 13, 14, 19 y 21 y derivadas del COPCI)
- (7) Rebaja por discapacidad y por tercera edad (LRTI Art. 9.12)
- (8) Gastos personales en salud, educación, alimentación, vestimenta y vivienda (LRTI Art. 10.16)
- (9) Amortización de pérdidas (LRTI Art. 10.8)

CIDE
EDITORIAL



ISBN: 978-9942-844-36-1



9789942844361